



**ITS**  
Institut  
Teknologi  
Sepuluh Nopember

**TUGAS AKHIR - KS141501**

**ANALISIS PEMETAAN MODEL BISNIS PLATFORM ONLINE  
PROPERTY DI INDONESIA DENGAN MENGGUNAKAN  
PLATFORM DESIGN TOOLKIT**

***MAPPING ANALYSIS OF BUSINESS MODEL OF ONLINE  
PROPERTY PLATFORM IN INDONESIA BY USING  
PLATFORM DESIGN TOOLKIT***

**NUZULIA RACHMA PERMATA SARI  
NRP 0521144100078**

**Dosen Pembimbing  
Arif Wibisono, S.Kom., M.Sc**

**DEPARTEMEN SISTEM INFORMASI  
Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi  
Institut Teknologi Sepuluh Nopember  
Surabaya 2018**



**TUGAS AKHIR - KS141501**

**ANALISIS PEMETAAN MODEL BISNIS PLATFORM  
ONLINE *PROPERTY* DI INDONESIA DENGAN  
MENGUNAKAN PLATFORM DESIGN TOOLKIT**

**NUZULIA RACHMA PERMATA SARI  
NRP 05211440000078**

**Dosen Pembimbing  
Arif Wibisono, S.Kom., M.Sc**

**DEPARTEMEN SISTEM INFORMASI  
Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi  
Institut Teknologi Sepuluh Nopember  
Surabaya 2018**



**FINAL PROJECT - KS141501**

**MAPPING ANALYSIS OF BUSINESS MODEL OF  
ONLINE *PROPERTY* PLATFORM IN INDONESIA BY  
USING PLATFORM DESIGN TOOLKIT**

**NUZULIA RACHMA PERMATA SARI  
NRP 0521144000078**

**Dosen Pembimbing  
Arif Wibisono, S.Kom., M.Sc**

**DEPARTEMEN SISTEM INFORMASI  
Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi  
Institut Teknologi Sepuluh Nopember  
Surabaya 2018**



**LEMBAR PENGESAHAN**  
**ANALISIS PEMETAAN MODEL BISNIS PLATFORM**  
**ONLINE *PROPERTY* DI INDONESIA DENGAN**  
**MENGUNAKAN PLATFORM DESIGN TOOLKIT**

**TUGAS AKHIR**

Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Komputer  
pada  
Departemen Sistem Informasi  
Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi  
Institut Teknologi Sepuluh Nopember

Oleh:

**NUZULIA RACHMA PERMATA SARI**

NRP. 5214100078

Surabaya, 10 Januari 2018

Plh Kepala  
Departemen Sistem Informasi

**Edwin Riksakomara, S.Kom, M.T.**

**NIP. 196907252003121001**

DEPARTEMEN  
SISTEM INFORMASI







## **LEMBAR PERSETUJUAN**

### **ANALISIS PEMETAAN MODEL BISNIS PLATFORM ONLINE PROPERTY DI INDONESIA DENGAN MENGUNAKAN PLATFORM DESIGN TOOLKIT**

#### **TUGAS AKHIR**

**Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Komputer  
Pada**

**Departemen Sistem Informasi  
Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi  
Institut Teknologi Sepuluh Nopember**

**Oleh:**

**NUZULIA RACHMA PERMATA SARI**

**NRP. 05211440000078**

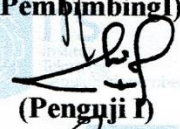
**Disetujui Tim Penguji: Tanggal Ujian: 10 Januari 2018  
Periode Wisuda: Maret 2018**

**Arif Wibisono, S.Kom., M.Sc**

**Mahendrawati ER, S.T, M.Sc, Ph.D**

**Andre Parvian Aristio S.Kom, M.Sc**

  
**(Pembimbing I)**

  
**(Penguji I)**

  
**(Penguji II)**



**ANALISIS PEMETAAN MODEL BISNIS  
PLATFORM ONLINE *PROPERTY* DI INDONESIA  
DENGAN MENGGUNAKAN PLATFORM  
DESIGN TOOLKIT**

**Nama Mahasiswa** : Nuzulia Rachma Permata Sari  
**NRP** : 5214 100 078  
**Departemen** : Sistem Informasi FTIF-ITS  
**Pembimbing I** : Arif Wibisono, S.Kom., M.Sc

**ABSTRAK**

*Minat investasi di Indonesia masih tetap tinggi. Namun, apabila dilihat dari sektor property, ada beberapa jenis property yang justru kurang diminati. Seperti halnya permintaan hunian vertical(apartemen) yang belum menunjukkan indikasi positif. Hal tersebut sesuai dengan catatan pada kuartal ke II tahun 2016 bahwa pertumbuhan permintaan apartemen rendah. Dilain sisi, pertumbuhan internet dan cepatnya persebaran informasi semakin tinggi. Kesulitan dalam mencari property terkini juga menjadi masalah yang muncul. Dari faktor-faktor tersebutlah muncul platform online property di Indonesia. Oleh sebab itu, penelitian ini akan memetakan model bisnis dari berbagai situs platform online property yang ada di Indonesia. Penelitian ini, peneliti akan menggunakan framework Platform Design Toolkit(PDT). Dengan menggunakan PDT, dapat mengetahui komponen-komponen yang ada di dalam sebuah platform. Dari hasil tersebut, kita dapat mencari tahu komponen-komponen mana saja yang digunakan oleh platform online property. Hasil dari tugas akhir ini adalah pemetaan model bisnis setiap platform online property. Dari platform owners, menunjukkan bahwa platform online property di Indonesia sudah berbentuk Perseroan Terbatas. Selain itu, platform online property yang*

*ada di Indonesia terdapat kepemilikan perusahaan luar negeri. Dari hasil penelitian yang dilakukan, usia beroperasi suatu platform tidak mengindikasikan platform tersebut menjadi pemain besar di Indonesia. Dari sisi stakeholder, platform online property di Indonesia bersifat tertutup. Selain itu, belum ada satu platform pun yang bergabung dengan sebuah asosiasi. Dari perspektif peer producers, platform property online cenderung memberikan kesempatan bagi siapapun yang ingin mengiklankan property. Dari sisi partners, platform online property di Indonesia mayoritas bekerjasama dengan online news, blog/jurnal/artikel dan bank. Dari perspektir Transaction pasti memiliki aktivitas berkomunikasi dengan pembeli/penjual, memberikan feedback, dan mencari property. Selain itu, juga dapat menambah favorit, melihat history property, dan membaca artikel tentang property. Dari sisi Channel and Context, mayoritas platform online property menyediakan dashboard untuk memudahkan pengguna. Dari sisi Infrastucture and Core Component, menunjukkan bahwa platform online property di Indonesia sudah menyediakan mobile application. Dan untuk value proposition, dibagi menjadi dua target, yaitu ada beberapa platform yang mentarget peer producers dan sisanya memiliki target peer consumers.*

***Kata Kunci : Online Property, Model Bisnis, Pemetaan, Platform Design Toolkit***

**ANALISIS PEMETAAN MODEL BISNIS  
PLATFORM ONLINE *PROPERTY* DI INDONESIA  
DENGAN MENGGUNAKAN PLATFORM  
DESIGN TOOLKIT**

**Nama Mahasiswa** : Nuzulia Rachma Permata Sari  
**NRP** : 5214 100 078  
**Departemen** : Sistem Informasi FTIF-ITS  
**Pembimbing I** : Arif Wibisono, S.Kom., M.Sc

**ABSTRACT**

*Investment interest in Indonesia remains high. However, when viewed from the property sector, there are several types of property that actually less desirable. As well as vertical occupancy (apartment) that has not shown any positive indication. This is in accordance with the records in the second quarter of 2016 that the growth in demand for apartments is low. On the other hand, the growth of the internet and the rapid spread of information is getting higher. The difficulty of finding the latest property is also an emerging problem. Of these factors came the online property platform in Indonesia. Therefore, this research will map the business model of various online property platform sites in Indonesia. This research, researcher will use the framework Platform Design Toolkit (PDT). By using PDT, we can know the components that exist in a platform. From these results, we can find out which components are used by the online property platform. The result of this final project is mapping the business model of each online property platform. From platform owners, shows that the online property platform in Indonesia is in the form of Limited Liability Company. In addition, the existing online property platform in Indonesia is*

*owned by overseas companies. From the results of research conducted, the age of operating a platform does not indicate the platform becomes a major player in Indonesia. From the stakeholder side, the online property platform in Indonesia is closed. In addition, no single platform has joined an association yet. From the perspective of peer producers, the online property platform tends to provide an opportunity for anyone who wants to advertise property. From the partnership side, the online property platform in Indonesia has the majority of cooperation with online news, blog/journal/article and bank. From a Transaction perspective it must have an activity communicating with buyers/sellers, giving feedback, and finding property. Additionally, it can also add favorites, view history properties, and read articles about properties. From the Channel and Context side, the majority of online property platforms provide a dashboard for easy users. From the Infrastructure and Core Component side, it shows that online property platform in Indonesia has provided mobile application. And for value proposition, divided into two targets, there are several platforms that target peer producers and the rest have target peerconsumers.*

***Keywords : Online Property, business model, Mapping, Platform Design Toolkit***

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas berkat dan anugerah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul **“ANALISIS PEMETAAN MODEL BISNIS PLATFORM ONLINE MARKETING DI INDONESIA DENGAN MENGGUNAKAN PLATFORM DESIGN TOOLKIT”** sebagai satu syarat kelulusan dari Program Sarjana Departemen Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya. Proses pengerjaan tugas akhir ini telah banyak mendapatkan bantuan, bimbingan, masukan serta dukungan dari berbagai pihak sehingga dalam kesempatan ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Salam dan salawat selalu tercurah kepada junjungan kita baginda Rasulullah SAW, yang telah membawa manusia dari alam jahiliyah menuju alam yang berilmu seperti sekarang ini.
2. Bapak Ir. Aris Tjahyanto, M. Kom., M. Eng. selaku Ketua Departemen Sistem Informasi dan Bapak Nisfu Asrul Sani, S.Kom, M.Sc selaku dosen Kepala Program Studi S1 Jurusan Sistem Informasi yang terus memberikan dukungan kepada penulis.
3. Bapak Arif Wibisono S.Kom., M.Sc., selaku pembimbing yang senantiasa meluangkan waktu, memberikan saran, motivasi, dan ilmunya selama pengerjaan tugas akhir.
4. Ibu Mahendrawati ER, S.T, M.Sc, Ph.D dan Bapak Andre Parvian Aristio, S.Kom, M.Sc., selaku dosen penguji.
5. Kedua Orang Tua penulis, almarhumah Ibu Wiwiek Suyani, S.E dan Bapak Yudi Triwantoro, S.H. yang tak hentinya memberikan doa, motivasi, dan dukungan selama pengerjaan tugas akhir.

6. Keluarga Gembili Raya Bapak Purwo Hendrasto, Ibu Wahyu Irakhmawaningtyas, Yudhistira Dewanda, Resistania, dan Avonda yang memberikan keceriaan dan kebahagiaan bagi penulis.
7. Mas Mbak Beltranis, khususnya Tetha Valianta, mbak Ucik, Mbak Safrin, Mas Azis, Mbak Ari, Mbak Risa, Mas Oyong, Mas Alvin, dan Mbak Aput, Mas Tetuko, dan Mas Iwan. Teman-teman OSIRIS khususnya Rexona(Alem,Bale,Khai) Fufu, Icak, dan Adhiska, Gossipers(Qilla dan Erma), yang terus memberikan dukungan kepada penulis.
8. Teman-teman CintanyaAkuh(Umik, Ayas, Mbong, Amal, Jekti, dan Rune), Dimas DK, A.Cahyo, Galih A.S yang terus mendengarkan keluh kesah penulis.
9. Teman-teman Sosmas Tahan Banting(Umar, Pras, Iqbal, Dea) serta Sosmas Harmonis(Maria, Leli, Farchan, Umar manja, Derol, Belle, Hafiz, dan Edwin).
10. Teman-teman Lab Sistem Enterprise (SE) dan RDIB, SESINDO '16 '17, DAN ISICO '17(Fanny, Erma, Risha, Obiq, Aisyah, Stanley, Gusti, dan Sasa) yang mengisi hari-hari semester terakhir penulis.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih memiliki kekurangan dan ketidaksempurnaan dalam penulisan, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang bersifat membangun sebagai bahan acuan penelitian-penelitian selanjutnya. Semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan ilmu pengetahuan.

Surabaya, Juni 2017

Penulis



## DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Perumusan Masalah.....	3
1.3    Batasan Masalah.....	3
1.4    Tujuan Penelitian.....	3
1.5    Manfaat Penelitian.....	3
1.6    Relevansi .....	4
2    BAB II.....	7
2.1    Studi Sebelumnya.....	7
2.2    Dasar Teori.....	9
2.2.1 <i>Online Property</i> .....	9
2.2.2 <i>Platform</i> .....	9
2.2.3 <i>Platform Design Toolkit</i> .....	9
2.2.4    Alexa Web Series .....	14
3    BAB III METODOLOGI .....	15
3.1    Tahapan Pelaksanaan Tugas Akhir.....	15
3.2    Uraian Metodologi .....	15
3.2.1    Studi Literatur.....	15
3.2.2    Metode Pemilihan Platform Online Properti..	16
3.2.3    Identifikasi Platform Online Properti.....	16
3.2.4    Persiapan Instrumen Pengambilan Data.....	16
3.2.5    Pengambilan Data.....	16
3.2.6    Pemetaan Hasil Pengambilan Data dengan <i>Platform Design Toolkit</i> .....	17
3.2.7    Analisis Hasil Pemetaan dan Perbandingan Model .....	17
3.2.8    Pengambilan Kesimpulan .....	17
3.2.9    Penyusunan Buku Tugas Akhir .....	17
4    BAB IV PERANCANGAN .....	19
4.1    Identifikasi Platform Online <i>Property</i> .....	19
4.2 <i>The Ecosystem Canvas</i> .....	22

4.3	<i>The Ecosystem Motivations Matrix</i> .....	22
4.4	<i>The Transaction Board</i> .....	23
4.5	<i>The Platform Design Canvas</i> .....	24
4.6	Rumah.com.....	26
4.7	Rumah123.com.....	26
4.8	UrbanIndo.....	28
4.9	Lamudi .....	29
4.10	Rumahku .....	31
4.11	dotProperty Indonesia .....	32
5	BAB V IMPLEMENTASI .....	34
5.1	Rumah.com.....	34
5.1.1	<i>The Ecosystem Canvas rumah.com</i> .....	34
5.1.2	<i>The Ecosystem Motivation Matrix</i> .....	37
5.1.3	<i>The Transaction Board rumah.com</i> .....	40
5.1.4	<i>The Platform Design Canvas rumah.com</i> .....	43
5.2	Rumah123 .....	44
5.2.1	<i>The Ecosystem Canvas Rumah123</i> .....	44
5.2.2	<i>The Ecosystem Motivations Matrix rumah123</i> 47	
5.2.3	<i>The Transaction Board</i> .....	50
5.2.4	<i>The Platform Design Canvas Rumah123</i> .....	54
5.3	UrbanIndo.....	55
5.3.1	<i>The Ecosystem Canvas UrbanIndo</i> .....	55
5.3.2	<i>The Ecosystem Motivations Matrix UrbanIndo</i> 57	
5.3.3	<i>The Transaction Board UrbanIndo</i> .....	61
5.3.4	<i>The Platform Design Canvas UrbanIndo</i> .....	65
5.4	Lamudi .....	66
5.4.1	<i>The Ecosystem Canvas Lamudi</i> .....	66
5.4.2	<i>The Ecosystem Motivations Matrix Lamudi</i> ... 68	
5.4.3	<i>The Transaction Board Lamudi</i> .....	71
5.4.4	<i>The Platform Design Canvas Lamudi</i> .....	73
5.5	Rumahku .....	74
5.5.1	<i>The Ecosystem Canvas Rumahku</i> .....	74
5.5.2	<i>The Ecosystem Motivations Matrix</i> .....	76
5.5.3	<i>The Transactions Board Rumahku</i> .....	79
5.5.4	<i>The Platform Design Canvas Rumahku</i> .....	81

5.6	DotProperty.....	82
5.6.1	<i>The Ecosystem Canvas dotProperty .....</i>	82
5.6.2	<i>The Ecosystem Motivations Matrix dotProperty .....</i>	84
5.6.3	<i>The Transactions Board dotProperty .....</i>	86
5.6.4	<i>The Platform Design Canvas dotProperty .....</i>	89
5.7	Platform Owners.....	90
5.8	Platform Stakeholder .....	97
5.9	The Partner .....	100
5.10	The Peers .....	104
5.11	Services .....	106
5.11.1	Enabling Services .....	106
5.11.2	Empowering Service.....	108
5.11.3	Other Services .....	112
5.12	Transaction .....	117
5.13	Channel and Context .....	125
5.14	Infrastructure and Core Component.....	129
5.15	Value Proposition .....	130
5.15.1	<i>Core Value Proposition .....</i>	130
5.15.2	<i>Ancillary Value Proposition .....</i>	135
6	BAB VI HASIL DAN PEMBAHASAN .....	137
6.1	Analisis Platform Owners.....	137
6.2	Analisis Platform Stakeholder .....	142
6.3	Analisis The Partner .....	145
6.4	Analisis The Peers .....	149
6.5	Analisis Services.....	151
6.5.1	<i>Enabling Services .....</i>	151
6.5.2	<i>Empowering Services .....</i>	153
6.5.3	<i>Other Services .....</i>	156
6.6	Analisis The Transactions .....	161
6.7	Analisis Channel and Context .....	167
6.8	Analisis Infrastructure and Core Component.....	170
6.9	Analisis Value Proposition .....	172
6.9.1	Analisis Core Value Proposition.....	172
6.9.2	<i>Analisis Ancillary Value Proposition .....</i>	174
7	BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN .....	177
7.1	Kesimpulan .....	177
7.2	Saran.....	177

DAFTAR PUSTAKA.....	179
8    BIODATA PENULIS.....	181

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Relevansi Laboratorium Sistem Enterprise .....	5
Gambar 3.1 Metodologi Penelitian.....	15
Gambar 4.1 The Ecosystem Canvas .....	22
Gambar 4.2 The Ecosystem Motivations Matrix .....	23
Gambar 4.3 The Transactions Board .....	24
Gambar 4.4 Platform Design Canvas .....	25
Gambar 4.5 Halaman utama rumah.com .....	26
Gambar 4.6 Halaman Utama rumah123 .....	27
Gambar 4.7 Halaman Utama UrbanIndo .....	29
Gambar 4.8 Tampilan Utama Lamudi .....	30
Gambar 4.9 Tampilan Utama Rumahku .....	31
Gambar 4.10 Tampilan Utama dot <i>Property</i> Indonesia .....	32
Gambar 5.1 The Ecosystem Canvas Rumah.com .....	36
Gambar 5.2 The Ecosystem Motivation Matrix rumah.com..	39
Gambar 5.3 The Transaction Board Rumah.com 1 .....	41
Gambar 5.4 The Transaction Board Rumah.com 2 .....	42
Gambar 5.5 The Platform Design Canvas rumah.com .....	43
Gambar 5.6 The Ecosystem Canvas rumah.com .....	46
Gambar 5.7 The Motivastions Matrix Rumah123 .....	49
Gambar 5.8 The Transaction Board Rumah123 1 .....	51
Gambar 5.9 The Transaction Board Rumah123 2 .....	52
Gambar 5.10 The Transaction Board Rumah123 3 .....	53
Gambar 5.11 The Platform Design Canvas Rumah123 .....	54
Gambar 5.12 The Ecosystem Canvas UrbanIndo .....	56
Gambar 5.13 The Motivations Matrix UrbanIndo1 .....	59
Gambar 5.14 The Motivations Matrix UrbanIndo 2 .....	60
Gambar 5.15 The Transaction Board UrbanIndo 1.....	61
Gambar 5.16 The Transaction Board UrbanIndo 2.....	62
Gambar 5.17 The Transaction Board UrabnIndo 3.....	63
Gambar 5.18 The Transaction Board UrbanIndo .....	64
Gambar 5.19 The Platform Design Canvas UrbanIndo .....	65
Gambar 5.20 The Ecosystem Canvas Lamudi.....	67
Gambar 5.21 The Ecosystem Motivation Matrix Lamudi .....	70
Gambar 5.22 The Transaction Board Lamudi 1 .....	71
Gambar 5.23 The Transaction Board Lamudi 2 .....	72
Gambar 5.24 The Platform Design Canvas Lamudi .....	73

Gambar 5.25 The Ecosystem Canvas Rumahku ..... 75

Gambar 5.26 The Ecosystem Motivations Matrix Rumahku . 78

Gambar 5.27 The Transactions Board Rumahku 1 ..... 79

Gambar 5.28 The Transactions Board Rumahku 2 ..... 80

Gambar 5.29 The Platform Design Canvas Rumahku ..... 81

Gambar 5.30 The Ecosystem Canvas dot*Property* ..... 83

Gambar 5.31 The Ecosystem Motivations Matrix dot*Property*  
..... 85

Gambar 5.32 The Transactions Board dot*Property*1 ..... 86

Gambar 5.33 The Transactions Board dot*Property* 2 ..... 87

Gambar 5.34 The Transactions Board dot*Property* 3 ..... 88

Gambar 5.35 The Platform Design Canvas dot*Property* ..... 89

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya 1 .....	7
Tabel 2.2 Penelitian Sebelumnya 2 .....	8
Tabel 2.3 Contoh Platform Owner .....	10
Tabel 2.4 Contoh Platform Stakeholder .....	10
Tabel 2.5 Contoh Peer Producers .....	11
Tabel 2.6 Contoh Peer Consumers .....	11
Tabel 2.7 Contoh The Partners .....	12
Tabel 2.8 Contoh Channel and Context.....	12
Tabel 2.9 Contoh Transaction .....	12
Tabel 2.10 Contoh Services.....	13
Tabel 2.11 Contoh Value Proposition .....	13
Tabel 2.12 Contoh Infrastructure and Core Components.....	14
Tabel 4.1 Peingkat Platform di dunia .....	19
Tabel 4.2 Peringkat platform di Indonesia.....	20
Tabel 4.3 Peringkat platform di Alexa .....	20
Tabel 5.1 Grouping 1 pada Platform Owners .....	90
Tabel 5.2 Hasil Grouping 2 Platform Owners .....	92
Tabel 5.3 Hasil Grouping 3 Platform Owners .....	95
Tabel 5.4 Hasil Grouping 1 Platform Stakeholder.....	97
Tabel 5.5 Hasil Grouping 2 Platform Stakeholder.....	98
Tabel 5.6 Hasil Grouping 1 The Partners .....	100
Tabel 5.7 Hasil Grouping 2 The Partners .....	101
Tabel 5.8 Hasil Grouping 3 The Partners .....	102
Tabel 5.9 Hasil Grouping 1 The Peer .....	104
Tabel 5.10 Hasil Grouping 2 The Peer .....	105
Tabel 5.11 Hasil Grouping 1 Enabling Services.....	107
Tabel 5.12 Hasil Grouping 2 Enabling Services.....	107
Tabel 5.13 Hasil Grouping 3 Enabling Services.....	108
Tabel 5.14 Hasil Grouping 1 Empowering Services.....	109
Tabel 5.15 Hasil Grouping 2 Empowering Services.....	109
Tabel 5.16 Hasil Grouping 3 Empowering Services.....	110
Tabel 5.17 Hasil Grouping 4 Empowering Services.....	110
Tabel 5.18 Hasil Grouping 5 Empowering Services.....	111
Tabel 5.19 Hasil Grouping 1 Other Services .....	113
Tabel 5.20 Hasil Grouping 2 Other Services .....	113
Tabel 5.21 Hasil Grouping 3 Other Services .....	115

Tabel 5.22 Hasil Grouping 4 Other Services .....	116
Tabel 5.23 Hasil Grouping 1 Transaction.....	117
Tabel 5.24 Hasil Grouping 2 Transaction.....	118
Tabel 5.25 Hasil Grouping 3 Transaction.....	119
Tabel 5.26 Hasil Grouping 4 Transaction.....	121
Tabel 5.27 Hasil Grouping 5 Transaction.....	123
Tabel 5.28 Hasil Grouping 1 Channel and Context .....	125
Tabel 5.29 Hasil Grouping 2 Channel and Context .....	125
Tabel 5.30 Hasil Grouping 3 Channel and Context .....	126
Tabel 5.31 Hasil Grouping 4 Channel and Context .....	126
Tabel 5.32 Hasil Grouping 5 Channel and Context .....	128
Tabel 5.33 Hasil Grouping 1 Infrastructure and Core Component .....	129
Tabel 5.34 Hasil Grouping 2 Infrastructure and Core Component .....	129
Tabel 5.35 Hasil Grouping 1 Core Value Proposition .....	132
Tabel 5.36 Hasil Grouping 2 Core Value Proposition .....	133
Tabel 5.37 Hasil Grouping Ancillary Value Proposition.....	135
Tabel 6.1 Hasil Pemetaan dari Platform Owners .....	140
Tabel 6.2 Hasil Pemetaan Stakeholder .....	143
Tabel 6.3 Hasil Pemetaan The Partners .....	147
Tabel 6.4 Hasil Pemetaan The Peers .....	150
Tabel 6.5 Hasil Pemetaan Enabling Services.....	152
Tabel 6.6 Hasil Pemetaan Empowering Services .....	155
Tabel 6.7 Hasil Pemetaan Other Services.....	160
Tabel 6.8 Hasil Pemetaan The Transaction .....	165
Tabel 6.9 Hasil Pemetaan Channel and Context.....	169
Tabel 6.10 Hasil Pemetaan Infrastructure and Core Component .....	171
Tabel 6.11 Hasil Pemetaan Core Value Proposition .....	173
Tabel 6.12 Hasil Pemetaan Ancillary Value Proposition.....	174



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

Pada bab pendahuluan ini akan menjelaskan latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan relevansi dengan penelitian. Bab ini bertujuan untuk memudahkan dalam memahami topik dari penelitian ini.

#### **1.1 Latar Belakang**

Menurut data dari Badan Koordinasi Penanaman Modal (BPKM), Penanaman Modal Dalam Negeri (PMDN) dan Penanaman Modal Asing (PMA) triwulan pertama tahun 2017 meningkat 13,8% dibandingkan dengan triwulan yang sama tahun 2016. Capaian realisasi investasi triwulan pertama 2017 ini menggambarkan minat investasi di Indonesia masih tetap tinggi [1].

Data menunjukkan bahwa minat investasi memang masih tinggi, namun lain halnya jika dilihat dari sektor properti, ada beberapa jenis properti yang justru kurang diminati. Seperti contohnya ialah permintaan hunian vertikal (apartemen) yang belum menunjukkan indikasi positif. Hal tersebut sesuai dengan catatan pada kuartal ke II tahun 2016 bahwa pertumbuhan permintaan apartemen tumbuh dibawah 1% jika di bandingkan di kuartal I tahun 2016 [2].

Dilain sisi, pertumbuhan internet di dunia terus berkembang. Hasil analisa statistik bulan Januari 2017 menunjukkan dari 7.476 juta total populasi di dunia, 3.773 juta merupakan pengguna internet aktif. Angka tersebut meningkat 10% dari tahun 2016 [3]. Dengan melemahnya sektor properti di Indonesia, dan tingginya pertumbuhan Internet di Indonesia, menjadikan wadah baru bagi para investor yang jeli melihat peluang ini. Peluang ini dimanfaatkan oleh para investor yaitu dengan membuat *platform online* untuk meningkatkan penjualan *property*. Kemampuan internet untuk menampilkan informasi dengan mudah telah meningkatkan komunikasi dan transaksi *property* [4]. Adanya *platform online property* ini,

diharapkan dapat mempertemukan penjual dan pencari *property*, sehingga dapat menaikkan penjualan *property*.

Di Indonesia, sudah terdapat berbagai macam *platform online property* yang menjalankan bisnisnya. Setiap *platform* memiliki keunggulan masing-masing, dan memberikan nilai tersendiri bagi penggunaanya. Namun, hingga saat ini, masih belum ada penelitian yang membahas dan memetakan model bisnis seperti apa yang digunakan oleh *platform online property*. Mengetahui model bisnis, memudahkan untuk mengidentifikasi peluang nilai yang dapat ditingkatkan dan bereksperimen dengan ide baru [5].

Fokus dari penelitian ini ialah memetakan model bisnis yang digunakan suatu *platform online property* di Indonesia. Penelitian ini dapat digunakan untuk mengetahui siapakah orientasi dari suatu *platform online property*. Selain itu penelitian ini juga dapat digunakan oleh pemilik *platform online property* untuk mengetahui nilai tambah apa yang harus diberikan dari suatu platform agar menarik minat pemasar. Sebelumnya belum ada penelitian yang membahas pemetaan model bisnis pada *platform online property*. Penelitian lain mengenai platform online *property* adalah memodelkan dan mensimulasikan informasi pintar pada *platform online property* [6]. Dari pencarian penelitian terdahulu, belum ada yang membahas mengenai bagaimana model bisnis yang digunakan suatu platform online *property* dan orientasi dari suatu platform online *property*. Instrumen yang ada pada model bisnis sangat penting bagi keberlangsungan perusahaan. Instrumen tersebut mewakili dasar pemikiran bagaimana perusahaan menciptakan dan menyampaikan sebuah nilai [7].

Analisis dan perbandingan penelitian ini menggunakan pemodelan bisnis *Platform Design Toolkit*. *Platform Design Toolkit* ini mempunyai 9 perspektif yang dapat memudahkan dalam penelitian. Perspektif tersebut ialah *Platform owner*, *platform stakeholder*, *Peer*, *Partners*, *Channel and Context*, *Transaction*, *Service*, *Value Propositions*, *Infrastructure and Core Components* [8].

Penulis menggunakan framework ini dikarenakan framework ini dapat memetakan komponen-komponen model bisnis di dalam sebuah *platform online property*. Dari hasil pemetaan komponen-komponen yang sudah disebutkan, maka akan dapat dibandingkan antara satu *platform* dengan *platform* lainnya. Dengan menggunakan *framework platform design toolkit*, akan dapat dilihat siapakah orientasi dari masing-masing *platform online property*, lebih terhadap *partner*, *consumer*, atau *producer*. Selain itu juga dapat melihat value yang di tawarkan oleh masing-masing *platform online property*.

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, rumusan masalah yang menjadi fokus utama dalam tugas akhir adalah:

1. Bagaimana model bisnis *platform online property* di Indonesia dari sudut pandang *Platform Design Toolkit*?
2. Apa yang menjadi orientasi *platform online property* di Indonesia?

## 1.3 Batasan Masalah

Dari rumusan masalah tersebut diatas, maka batasan dalam tugas akhir ini adalah *Platform Online Property* yang digunakan dalam penelitian sebanyak 6 *platform* yang ada di Indonesia.

## 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan masalah yang telah dijelaskan, tujuan dari tugas akhir ini ialah :

1. Untuk memetakan model bisnis yang digunakan suatu *platform online property* di Indonesia.

## 1.5 Manfaat Penelitian

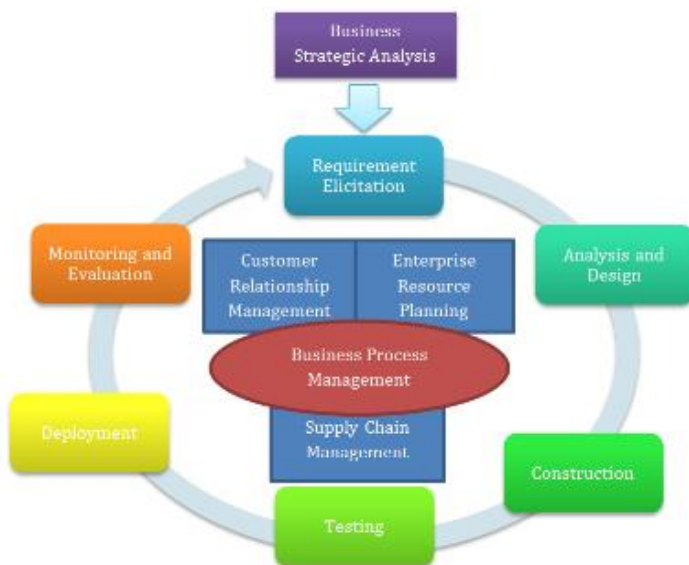
Dengan penulisan tugas akhir ini, diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu :

1. Bagi Kandidat investor :

- a. Membantu memetakan model bisnis *online property* di Indonesia
  - b. Peta ini bermanfaat untuk membuat keputusan dalam berinvestasi di bidang *online property*
- 2. Bagi *Peer Producers*: Mengetahui *platform online property* mana yang menyediakan fitur sesuai kebutuhan
- 3. Bagi *Peer Consumer*: Memberikan rekomendasi *platform online property* yang memberikan kemudahan dalam pencarian *property*
- 4. Bagi *Partner* : Memberikan rekomendasi *platform online property* yang memberikan nilai lebih untuk bergabung

## 1.6 Relevansi

Tugas akhir ini berelevansi dengan mata kuliah Desain dan Manajemen Proses Bisnis dan Manajemen Organisasi. Laboratorium Sistem Enterprise (SE) memiliki 4 topik utama, yaitu *Customer Relationship Management (CRM)*, *Enterprise Resource Planning (ERP)*, *Supply Chain Management (SCM)*, dan *Business Process Management (BPM)*. Tugas akhir ini termasuk dalam penelitian di bidang Laboratorium Sistem Enterprise yang memiliki kerangka kerja riset seperti pada Gambar 1.1 berikut ini :



**Gambar 1.1 Relevansi Laboratorium Sistem Enterprise**

*Halaman ini sengaja dikosongkan*

## BAB II

### TINJUAN PUSTAKA

Bab ini akan menjelaskan mengenai tinjauan pustaka yang digunakan dalam penelitian tugas akhir ini. Bab ini berisikan penelitian-penelitian sebelumnya dan dasar-dasar teori penelitian.

#### 2.1 Studi Sebelumnya

Sub-bab ini berisikan penelitian yang sudah ada sebelumnya dan memiliki kemiripan dengan penelitian tugas akhir ini. Penelitian yang pertama dapat dilihat pada Tabel 2.1

**Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya 1**

Judul	Modeling and Simulating a Smart Information-based Real Estate Online Platform
Nama, Tahun	Shimin Hu, Qing Li, 2016 [6]
Gambaran umum penelitian	Pada penelitian ini, membahas mengenai model bisnis pada pembelian real-estate yang disebut dengan <i>Real-Estate Platform</i> dengan <i>O2O model</i> . Model baru ini memanfaatkan teknologi internet dan <i>mobile application</i> yang menghubungkan secara langsung antara pembeli dan beberapa agen. Sebelumnya, para agen hanya menunggu permintaan dari pelanggan. Keunikan fitur dari O2O ini ialah adanya penggunaan <i>mobile application</i> untuk menarik pelanggan dengan beberapa agen.

Keterkaitan penelitian	Kesamaan yang didapat dari penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan ialah mengenai objek yang diteliti, yaitu <i>real-estate online platform</i> . Selain itu, penelitian ini sama-sama membahas mengenai bisnis model.
------------------------	--

Tabel 2.2 Penelitian Sebelumnya 2

Judul	Analisis Perbandingan Model Bisnis <i>Platform Crowdfunding</i> di Indonesia dengan Menggunakan <i>Platform Design Toolkit</i> [9]
Nama, Tahun	Tetuko Lugas Edhita Praja, 2017
Gambaran Umum Penelitian	Pada penelitian ini, mengidentifikasi komponen-komponen yang ada di dalam sebuah platform <i>crowdfunding</i> . Penelitian ini mencari tahu tentang komponen-komponen apa saja yang digunakan oleh <i>platform crowdfunding</i> di Indonesia. Penelitian ini menggunakan alat analisis yaitu <i>platform design toolkit</i> untuk membahas setiap <i>platform crowdfunding</i> yang ada di Indonesia.
Keterkaitan Penelitian	Kesamaan dari penelitian ini ialah, analisis yang sama, yaitu dengan menggunakan <i>platform design toolkit</i> . Dengan objek yang berbeda. Objek pada penelitian ini ialah <i>crowdfunding</i> .



## 2.2 Dasar Teori

### 2.2.1 *Online Property*

Industri *property* sedang mengalami perubahan yang dapat mempengaruhi jenis model *e-business* yang diadopsi oleh perusahaan. Perusahaan berkolaborasi dengan organisasi untuk mengembangkan produk dan layanan baru untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang lebih baik[10]. Kemampuan internet untuk menampilkan informasi dengan mudah telah meningkatkan komunikasi dan transaksi di dunia *property*[4]. *Mobile application* menyediakan layanan baru yang memudahkan pengguna untuk melihat daftar *property* menggunakan *smartphone*-nya[10]

### 2.2.2 *Platform*

*Platform* merupakan struktur tata kelola yang dapat menentukan aktor siapa saja yang berpartisipasi, peran aktor yang dimainkan, bagaimana cara setiap aktor berinteraksi, dan bagaimana menyelesaikan masalah dan untuk memfasilitasi hubungan, koordinasi dan kolaborasi[11]

Dalam penelitian ini, *platform* merupakan sebuah model bisnis yang menjadikan *producers* dan *consumers* dapat berinteraksi dengan sebuah infrastruktur yang dapat menjembatani hubungan antar keduanya[12]

### 2.2.3 *Platform Design Toolkit*

*Platform Design Toolkit* merupakan hasil modifikasi dari *Business Model Canvas* buatan Alexander Osterwalder yang dilakukan oleh Simon Cirero pada tahun 2013. Modifikasi ini dilakukan karena *Business Model Canvas* dirasa terlalu luas dalam menjabarkan suatu model bisnis. *Platform Design Toolkit* ini dapat digunakan oleh beberapa pengguna, seperti *corporate intrapreneur* yang ingin menaklukkan pasar dan merancang organisasi agar menjadi lebih baik. Pengguna selanjutnya ialah pendiri *start up* yang ingin mengetahui model

bisnis yang akan dibangun. Selain itu, dapat digunakan bagi para konsultan untuk membantu inovasi desain klien. Yang terakhir ialah bagi siapa pun yang ingin memahami bagaimana *platform* bekerja.

Tujuan dari *Platform Design Toolkit* ialah sebagai bahasa yang mendeskripsikan dan memanipulasi model supaya dapat memikirkan alternatif strategi untuk suatu platform. *Platform Design Toolkit* memiliki 9 perspektif antara lain:

#### 2.2.3.1 Platform Owner

Perspektif ini memiliki entitas yang mempunyai tanggung jawab dan visi atas adanya *platform* yang terealisasi di pasar dan juga bertanggungjawab atas keberadaan *platform* tersebut. Biasanya, entitas ini berisi organisasi *non-profit*, *foundation* ataupun organisasi yang terstruktur. Contoh dari *platform owner* dapat dilihat pada Tabel 2.3 berikut ini:

**Tabel 2.3 Contoh Platform Owner**

Kategori	Contoh
Platform Owner	Airbnb, Apple, Google, TripAdvisor, Wordpress[8]

#### 2.2.3.2 Platform Stakeholder

*Platform Stakeholder* berisi entitas yang mengatur hasil dari *platform* dan hubungan *platform* dengan eksternal. Berisi pula entitas yang memiliki kepentingan tertentu dalam kegagalan maupun kesuksesan *platform*. Entitas yang berada di perspektif ini biasanya terkena dampak secara langsung dari *platform* baik dampak positif maupun dampak negatif. Contoh dari *Platform Stakeholder* dapat dilihat pada Tabel 2.4 berikut ini:

**Tabel 2.4 Contoh Platform Stakeholder**

Kategori	Contoh

<i>Platform Stakeholder</i>	<i>Government, holding group, pre-existing incumbent</i> [8]
-----------------------------	--

#### 2.2.3.3 Peer

Pada perspektif ini berisi entitas yang memiliki tujuan khusus dengan *value proposition* dari sebuah *platform*. Dalam perspektif ini, dikategorikan 2 macam yang termasuk *Peer*, yaitu *Peer consumer* dan *Peer producers*. Berikut ini penjelasan keduanya:

1. *Peer Producers*: memiliki entitas yang menambahkan atau menciptakan *value* bersama dengan sebuah *platform*. Biasanya entitas ini akan mencari kesempatan untuk meningkatkan profesionalitas. Contoh *Peer producers* dapat dilihat pada Tabel 2.5 berikut ini:

**Tabel 2.5 Contoh Peer Producers**

Kategori	Contoh
<i>Peer Producers</i>	<i>Airbnb hosts, AngelList StartUp, Apple Developers</i> [8]

2. *Peer Consumer*: memiliki entitas yang tertarik dalam menggunakan, mengonsumsi, dan memanfaatkan *value* dari sebuah *platform*. Contoh *Peer consumer* dapat dilihat pada Tabel 2.6 berikut ini:

**Tabel 2.6 Contoh Peer Consumers**

Kategori	Contoh
<i>Platform Consumers</i>	Wisatawan <i>Airbnb</i> , <i>Blogger</i> yang menggunakan <i>Wordpress</i> , <i>Users</i> [8]

#### 2.2.3.4 The Partners

Pada perspektif ini berisi entitas yang profesional, sehingga dapat menciptakan *value* yang lebih maksimal

untuk suatu *platform*. Contoh dari *partner* dapat dilihat pada Tabel 2.7 berikut ini:

**Tabel 2.7 Contoh The Partners**

Kategori	Contoh
<i>Platform Partners</i>	<i>Apple atau Android Developers, Wordpress theme developers,[8]</i>

#### 2.2.3.5 Channel and Context

Pada perspektif ini, merupakan tempat dilakukannya pertukaran dan bagaimana penyampaian *value* ke *Peer consumer*. Dalam menyampaikan *value* terdapat dua cara yaitu dengan cara yang sudah didesain (*channel*) dan yang kedua ialah cara informal (*context*). Contoh dari *Channel and Context* dapat dilihat pada Tabel 2.8 berikut ini:

**Tabel 2.8 Contoh Channel and Context**

Kategori	Contoh
<i>Channel and Context</i>	<i>Apple Store Front, Mobile Applications Airbnb[8]</i>

#### 2.2.3.6 Transaction

Perspektif ini merupakan kegiatan bertukar atau pemindahan antara *Peer* ataupun *partners*. Aktivitas tersebut dapat dilakukan apabila terdapat nilai yang dibuat, disediakan, ataupun ditransfer antara satu entitas dengan entitas lain. Contoh *transaction* dapat dilihat pada Tabel 2.9 berikut ini:

**Tabel 2.9 Contoh Transaction**

Kategori	Contoh
<i>Platform Transactions</i>	Membeli sebuah aplikasi di <i>Google Play Store</i> , melakukan <i>Booking</i> kamar melalui <i>Airbnb</i> , dan

	memberikan rating ke pengemudi transportasi <i>online</i> . [8]
--	---

### 2.2.3.7 Services

Perspektif ini berisi layanan yang berguna untuk mengembangkan pengguna dalam menikmati *platform*. Terdapat 3 *services*, yaitu *enabling services* yang membantu *partners* dalam menghasilkan value. *Empowering services* yang membantu *Peer producer* melakukan transaksi. Serta yang terakhir ialah *Other Services* yang menjadi pelengkap saat *value* tersampaikan. Contoh dari *Services* dapat dilihat pada Tabel 2.10 berikut ini:

**Tabel 2.10 Contoh Services**

Kategori	Contoh
<i>Platform Services</i>	Transportasi <i>online</i> seperti uber, memberikan layanan finansial kepada <i>partener</i> untuk membeli mobil[8]

### 2.2.3.8 Value Proposition

Pada perspektif ini berisi tentang paket produk atau layanan yang akan diberikan kepada *Peer*. Ada 2 jenis *value proposition*, yaitu *core value propositions* yang merupakan value utama dari sebuah *platform*. Tujuan utama dari adanya *platform* tersebut terdapat didalam *value proposition*. Jenis kedua ialah *ancillary value proposition* yang merupakan value sekunder dari sebuah *platform*. *Core value proposition* biasanya tertuju pada *peer consumer*, sedangkan untuk *ancillary value proposition* tertuju pada *peer producers*. Contoh dari masing-masing *value proposition* dapat dilihat pada Tabel 2.11 berikut ini:

**Tabel 2.11 Contoh Value Proposition**

Kategori	Contoh
----------	--------

<i>Core Value Propositions</i>	<i>Apple/Android</i> membuat <i>smatphone</i> untuk <i>user</i> melalui aplikasi
<i>Ancillary value propositions</i>	<i>Wordpress</i> menyediakan plugin dan template designer untuk mejual hasil buatannya. <i>Airbnb</i> menawarkan rumah penduduk untuk dijadikan tempat ( <i>host-nya</i> )[8]

### 2.2.3.9 Infrastructure and Core Components

Pada perspektif ini, berisikan aset yang dikelola dan dimiliki oleh *platforms owners*. Aset dapat berupa *tangible* (dapat diukur) dan *intangible* (tidak dapat diukur). Aset yang dikelola ini, memastikan bahwa *platform* berjalan dengan baik dan dapat dipakai oleh *ecosystem*. Contoh dari *Infrastructure and Core Components* dapat dilihat pada Tabel 2.12 berikut ini:

**Tabel 2.12 Contoh Infrastucture and Core Components**

Kategori	Contoh
<i>Infrastructure and Core Components</i>	<i>Core Components</i> dari <i>Airbnb</i> ialah aplikasi <i>web</i> dan <i>mobile</i> .

### 2.2.4 Alexa Web Series

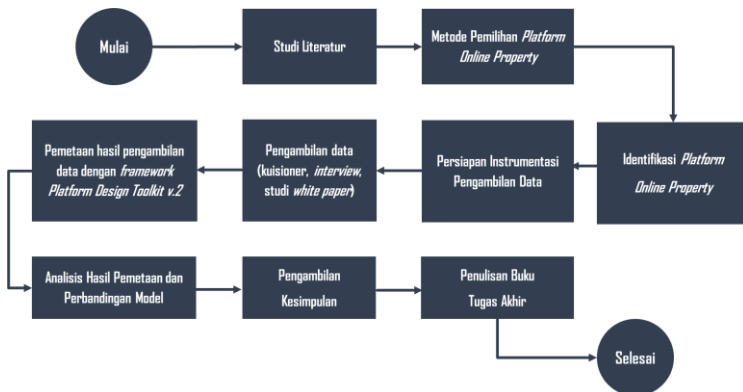
*Alexa Web Series* merupakan anak perusahaan dari Amazon.com dan produk dari Internet Inc. *Alexa Web Series* ini menyediakan data terkait *traffic* dari satu website atau lebih[9]. Melalui *alexa web series* ini, dapat diketahui tingkat dan tinggi nya *traffic web* yang ingin dilihat. *Alexa web series* ini akan mengurutkan dari tingkat tertinggi hingga paling rendah. Selain itu, *Alexa web series* ini juga dapat menampilkan *website* yang memiliki kemiripan dengan *website* yang ingin kita ketahui. Dengan menggunakan *alexa web series* ini dapat membandingkan dan menganalisis kekurangan dari suatu *web*, dengan begitu, akan dapat diperbaiki sehingga menaikkan *traffic web* tersebut.

## BAB III METODOLOGI

Pada bab metodologi penelitian, akan menjelaskan terkait dengan metodologi yang akan digunakan sebagai panduan untuk menyelesaikan penelitian tugas akhir ini. Selain itu juga terdapat deskripsi dan penjelasan singkat tahapan tersebut.

### 3.1 Tahapan Pelaksanaan Tugas Akhir

Pada sub bab ini, akan menjelaskan mengenai metodologi dalam pelaksanaan tugas akhir. Metodologi dapat dilihat pada Gambar 3.1 berikut ini:



Gambar 3.1 Metodologi Penelitian

### 3.2 Uraian Metodologi

Deskripsi dan penjabaran terkait metodologi pada Gambar 3.1 akan dijelaskan pada sub bab berikut:

#### 3.2.1 Studi Literatur

Tahapan awal yang dilakukan ialah mencari studi literatur mengenai *platform online properti* yang ada di Indonesia. Literatur disini adalah penjelasan konsep-konsep atau penelitian terdahulu yang pernah dilakukan terkait permasalahan. Literatur dapat berasal dari dokumentasi dalam bentuk buku, jurnal, maupun website. Pada tahap ini, menghasilkan pemahaman mengenai definisi dan teori terkait

dengan *platform online properti*, serta penelitian-penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya mengenai *platform online properti*.

### 3.2.2 Metode Pemilihan *Platform Online Property*

Dalam tahap ini, ditentukan metode untuk pemilihan *Platform online property*. Metode ini bertujuan untuk menentukan *platform online property* yang akan diteliti dan digunakan dalam tugas akhir. Dalam pemilihan *platform online properti* dilakukan dengan cara, melihat *platform* yang memiliki kemiripan dalam hal *online property*, yang ada di *Alexa.com*. Hasil dari tahapan ini berupa 6 *platform online property*.

### 3.2.3 Identifikasi *Platform Online Property*

Pada tahap ini, akan dilakukan identifikasi dari keenam *platform online properti* yang ingin dibandingkan. Hal yang akan diidentifikasi antara lain ialah peringkat setiap *platform*, fasilitas yang diberikan dari setiap *platform*, dan lain-lain. Tahap identifikasi ini dilakukan dengan cara melakukan observasi aktif dan pasif, melihat *web review*, dan mencari *whitepaper*. Dengan hasil identifikasi yang sudah didapatkan, penulis dapat melakukan analisis dan perbandingan yang akan menjawab permasalahan.

### 3.2.4 Persiapan Instrumen Pengambilan Data

Pada tahap ini, akan dilakukan persiapan dalam melakukan pengambilan data. Pengambilan data berupa kuisisioner, materi *interview* dengan narasumber, studi dokumen, dan lain-lain. Hasil dari tahapan ini, ialah perangkat-perangkat yang digunakan dalam pengambilan data.

### 3.2.5 Pengambilan Data

Pada tahap ini, akan dilakukan pencarian data yang belum ditemukan dalam tahap identifikasi *platform Online Property*. Data yang dicari, akan mengacu pada *Platform Design Toolkit*. Dengan data-data yang telah didapatkan tersebut, langkah selanjutnya ialah memetakan dalam *platform design toolkit*.



### 3.2.6 Pemetaan Hasil Pengambilan Data dengan *Platform Design Toolkit*

Dari hasil tahap sebelumnya, yaitu pengambilan data, tahap selanjutnya ialah memetakan hasil dari masing-masing *platform online property* ke dalam *platform design toolkit*. Hasil pemetaan dari *platform design toolkit* akan di analisa dan dipetakan untuk menjawab permasalahan yang telah ditentukan sebelumnya.

### 3.2.7 Analisis Hasil Pemetaan dan Perbandingan Model

Tahap ini merupakan tahapan dalam menyusun *platform design toolkit* dari masing-masing *platform online property* menggunakan data-data yang telah didapatkan dari tahap sebelumnya. Analisis dilakukan dengan cara membandingkan dari data-data yang sudah didapatkan beserta model bisnisnya. Dengan melakukan tahap analisis ini diharapkan akan mendapatkan kesimpulan dan solusi untuk menyelesaikan permasalahan.

### 3.2.8 Pengambilan Kesimpulan

Tahap ini merupakan tahap yang menjadi hasil dari penelitian. Pada tahap ini, dilakukan pembuatan kesimpulan dari hasil analisis. Melalui kesimpulan tersebut, akan didapatkan teori mengenai perbandingan keunggulan antara satu *platform online property* satu dengan *platform online property* lainnya yang dilihat dari sudut pandang *platform design toolkit*.

### 3.2.9 Penyusunan Buku Tugas Akhir

Tahap ini merupakan tahap terakhir dari penelitian. Setelah semua tahapan sebelum-sebelumnya dilakukan, maka akan dilakukan penyusunan laporan tugas akhir. Hasil dari tahapan ini merupakan penjelasan dan dokumentasi dari setiap pengerjaan dalam penelitian ini serta dibuat dalam sebuah buku.

*Halaman sengaja dikosongkan*

## BAB IV PERANCANGAN

Pada bab ini, menjelaskan mengenai perancangan dan pemetaan *platform design toolkit* untuk setiap *platform online property*.

### 4.1 Identifikasi Platform Online Property

Pada sub-bab ini, berisi *Platform Online Property* yang digunakan untuk penelitian. Untuk mengidentifikasi *platform online property* yang digunakan, penulis menggunakan ranking pada Alexa Web Series. Angka ranking yang diambil ialah angka ranking dunia dan di Indonesia. Angka peringkat tersebut didapatkan dari rata-rata pengunjung website tersebut dalam satu hari. Sehingga, apabila angka peringkat suatu *platform*, maka semakin tinggi pula popularitas dari *platform* tersebut. Pada Tabel 4.1 ini merupakan peringkat website suatu *platform* di dunia.

**Tabel 4.1 Peingkat Platform di dunia**

No	Nama Platform	Peringkat Alexa dunia
1	UrbanIndo	56.353
2	Lamudi	88.872
3	Rumahku.com	211.714
4	Rumah123	45.079
5	Rumah.com	45.738
6	dotProperty	449.471

Setelah melihat dari ranking dunia, maka akan dilihat pula melalui ranking di Indonesia dengan Alexa Web Series. Pada

**Tabel 4.2** berikut ini merupakan hasil ranking di Indonesia menggunakan Alexa Web Series.

Tabel 4.2 Peringkat platform di Indonesia

No	Nama Platform	Peringkat Alexa Indonesia
1	UrbanIndo	890
2	Lamudi	1.830
3	Rumahku.com	3.3891
4	Rumah123	869
5	Rumah.com	741
6	dotProperty	7.915

Dari hasil peringkat dunia dan di Indonesia, didapatkanlah *platform* yang akan digunakan untuk penelitian ini. Pada Tabel 4.3 ini merupakan daftar *platform* yang digunakan untuk penelitian beserta peringkat dunia dan Indonesia di Alexa Web Series.

Tabel 4.3 Peringkat platform di Alexa

No	Nama Platform	Peringkat Alexa dunia	Peringkat Alexa Indonesia
1	Rumah.com	45.738	741
2	Rumah123	45.079	869
3	UrbanIndo	56.353	890
4	Lamudi	88.872	1.830
5	Rumahku.com	211.714	3.3891

6	Dot <i>Property</i> Indonesia	449.471	7.915
---	----------------------------------	---------	-------



Mulai dari kebutuhan, kesempatan, hingga keluaran positif yang diberikan suatu *platform*. Matriks ini juga melacak apa potensi pertukaran antar peran yang berbeda, mulai dari *the partners*, *Peer consumers*, dan *Peer producers*.

Untuk mengisi *canvas* ini, dimulai dari kotak pertama yang ada di kolom pertama, tulis *entity* yang diinginkan. Kemudian, tuliskan pula *entity* yang sama pada kotak pertama yang ada di baris pertama. Setelah itu, tentukan, apakah entitas tersebut termasuk *the partner*, *peer producers*, ataupun *Peer consumers*. Setelah mendapatkan seluruh entitas, menuliskan motivasi *intrinsic*, mulai dari kolom dan baris dengan entitas yang sama. Gambar 4.2 merupakan *the ecosystem motivations matrix*.

THE ECOSYSTEM'S MOTIVATIONS MATRIX  
PLATFORM DESIGN TOOLKIT 2.0

notes

gives to	entity	entity	entity	entity	entity
entity					
Pa PP PC					
entity					
Pa PP PC					
entity					
Pa PP PC					
entity					
Pa PP PC					
entity					
Pa PP PC					

☐ What could the entity on the vertical axis on the left give to the entity on the horizontal axis on top?
 ☐ Advantages in participating in the ecosystem (needs, opportunities) through the platform

pptt This work by Simone Cicero was originally inspired by the Business Model Generation Canvas by Alex Osterwalder (<http://www.businessmodelgeneration.com>) and is licensed under the Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License. To view a copy of this license, visit: <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Gambar 4.2 The Ecosystem Motivations Matrix

#### 4.4 The Transaction Board

Pada *the transaction board* ini berfungsi untuk membuat daftar transaksi kunci yang terjadi di platform. Transaksi ini berfokus pada pertukaran yang membawa nilai terpenting dari *platform*. Pada *transaction board* ini juga berisi *currency/value unit* yang diberikan dari satu entitas ke entitas yang lain. *Currency/value*

yang diberikan dapat berupa informasi, uang, reputasi, dan lain-lain. Kemudian, di *transaction board* ini juga terdapat *channel and context* yang berisi sesuatu yang dapat dihitung atau nyata dan juga sesuatu yang tidak nyata.

Untuk mengisi *canvas* ini, dimulai dari E1, berisi entitas yang mendapatkan nilai. Kemudian *transaction/interaction* ini berisi transaksi yang berjalan antar kedua entitas. E2, berisi entitas yang dituju dalam transaksi. **Gambar 4.3** merupakan *The Transactions Board*.

THE TRANSACTIONS BOARD  
PLATFORM DESIGN TOOLKIT 2.0

notes

E1	Transaction/ Interaction	E2	Currency/ Value Unit	Channel or Context	Notes

ptd

This work by Simone Cicero was originally inspired by the Business Model Generation Canvas by Alex Osterwalder (<http://www.businessmodelgeneration.com/>) and is licensed under the Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License. To view a copy of this license, visit: <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Gambar 4.3 The Transactions Board

4.5 The Platform Design Canvas

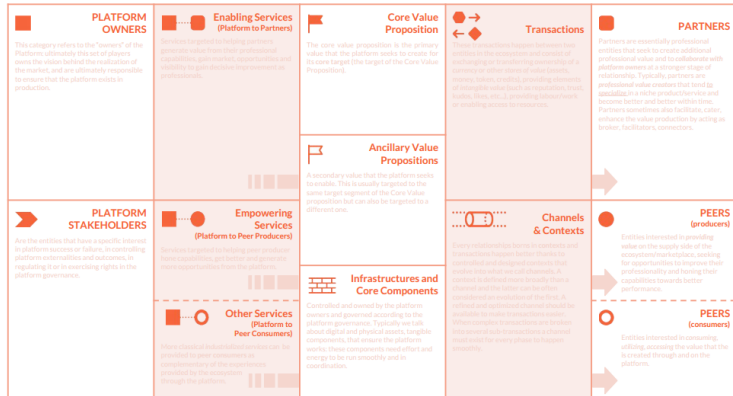
Pada *canvas* ini berisi keseluruhan dan ringkasan dari *toolkit* yang sebelumnya. *Canvas* ini berisi mulai dari *the owners, stakeholder, Peer producers, Peer consumers, services, transaction, core value proposition, ancillary value proposition, infrastructure and core component, dan channel and context*. Gambar 4.4 merupakan *the platform design canvas*.



## THE PLATFORM DESIGN CANVAS (2.0)

### PLATFORM DESIGN TOOLKIT 2.0

notes



PLATFORM VISION                           

#### 4.6 Rumah.com

Rumah.com merupakan situs pencarian rumah, apartemen, tanah, dan *property* lainnya yang berdiri tahun 2007. Awalnya, perusahaan ini merupakan perusahaan perseorangan. Namun, pada tahun 2015, rumah.com menjadi anak perusahaan dari *PropertyGuru*. *PropertyGuru* ini merupakan grup perusahaan portal *property* terkemuka di Asia, sehingga tidak hanya mengoperasikan di Indonesia saja, namun juga beberapa negara di Asia.



Gambar 4.5 Halaman utama rumah.com

Pada bulan Juni 2015, rumah.com memperoleh nilai investasi yang cukup besar yaitu 1.7 triliun. Kemudian, dengan nilai investasi tersebut, rumah.com mengakuisisi rumahdijual.com. Dengan adanya kolaborasi tersebut, saat ini terdapat 527.970 iklan *property* yang ditawarkan. Dengan hasil tersebut, secara kolektif keduanya menguasai 43% para pencari properti online di Indonesia [13].

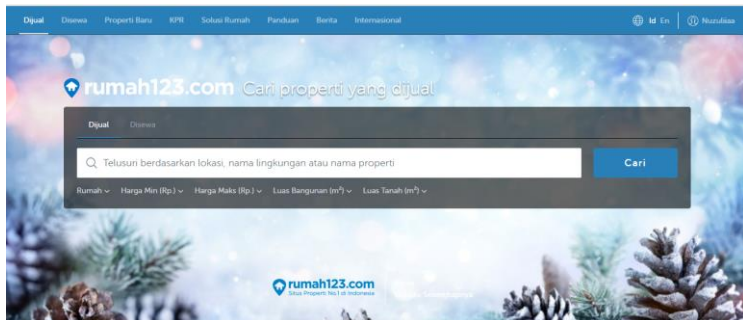
#### 4.7 Rumah123.com

Rumah123.com ini berada dibawah naungan *iProperty Group*. *iProperty* sendiri merupakan perusahaan operator 6 situs terbesar di Asia. *iProperty Group* ini beroperasi di enam negara Asia, yaitu Hong Kong, Indonesia, Malaysia, Singapura, dan

Filipina. Di Indonesia sendiri, *iProperty* group hadir melalui rumah123.com.

Ditahun 2015, *iProperty* Group bergabung dengan manajemen REA Group Ltd. REA Group ini merupakan perusahaan media *property* berbasis digital di Australia yang ada sejak tahun 1995. Nilai total REA Group mengakuisisi *iProperty* ialah sebesar AUD \$750,8 juta atau sekitar 7,2 triliun rupiah. Akuisisi ini merupakan wujud startegi dari REA Group dalam usaha ekspansi nya keseluruh dunia.

Rumah123.com ini sudah ada sejak tahun 2007, dengan total kurang lebih 200.000an ribu iklan. Pada tahun 2013, rumah123.com meluncurkan kampanye periklanan terbaru. Saat ini, kurang lebih rumah123.com memiliki 10.000 agen *property* di Indonesia.



**Gambar 4.6 Halaman Utama rumah123**

Sebagai *platform* atau wadah bertemunya penyedia *property* dengan pencari *property*, rumah123.com bekerjasama dengan beberapa bank untuk memudahkan konsumen nya dalam bertransaksi. Selain itu, kerjasama ini juga berbentuk kerjasama Kredit Kepemilikan Rumah atau biasa disebut dengan KPR. Beberapa bank yang bekerjasama dengan rumah123.com ialah Mandiri, BNI, BRI, dan BTN.

Dengan semakin majunya teknologi, rumah123.com juga menyediakan *mobile application* untuk mempermudah penggunaanya. *Mobile Application* ini tersedia di *App Store* dan *Google Play*.

#### **4.8 UrbanIndo**

Awal berdiri dari UrbanIndo ialah CEO dari UrbanIndo, Arip Tirta, kesulitan untuk memilih dan mencari *property* yang tepat sebagai sarana investasi. Kemudian, Arip Tirta meninggalkan dunia nyaman nya yang ada di Silicon Valley. Sudah 6 tahun berdiri dan beroperasi di Indonesia, saat ini UrbanIndo memiliki 4 investor dengan total investasi sebesar \$2.000.0000.

Saat ini, UrbanIndo memiliki kurang lebih sekitar 1.219.297 iklan aktif dengan 72.759 agen terdaftar. Hingga saat ini, UrbanIndo merupakan salah satu website yang memberikan banyak kemudahan bagi penggunaanya. UrbanIndo tidak hanya memudahkan bagi para pencari *property*, namun juga para agen *property*. UrbanIndo memiliki layanan premium sehingga penggunaanya dapat memaksimalkan iklan yang diterbitkan dan mendapat kemudahan lainnya.

UrbanIndo memiliki fasilitas yang cukup lengkap dibandingkan dengan *platform property online* yang lain. Dari sisi penyedia *property*, fasilitas yang diberikan UrbanIndo cukup menarik, seperti salah satunya ialah PCPA (Profil Calon Pembeli Anda) Fasilitas ini diberikan UrbanIndo untuk para penyedia *property*, baik agen *property* independen, agen *property corporate*, maupun penyedia *property* reguler, yaitu dapat mengetahui profil dari calon pembeli *property*.



**Gambar 4.7 Halaman Utama UrbanIndo**

Selain menyediakan kemudahan bagi penyedia *property*, UrbanIndo tentunya memberikan kemudahan pula bagi pencari *property*. Salah satu fasilitas yang diberikan adalah pencarian melalui iklan. Dimana para pencari *property* dapat mengiklankan *property* yang dicari atau yang diinginkan dengan cara mengiklankan *property* tersebut. Sehingga memudahkan pula bagi penyedia *property* untuk memenuhi hal tersebut.

Selain itu, UrbanIndo juga memberikan suatu nilai yaitu *sharing information* melalui adanya komunitas UrbanIndo. Melalui komunitas ini, baik penyedia *property* maupun pencari *property* dapat berbagi informasi mengenai *property*. Pada komunitas UrbanIndo ini juga memfasilitasi kedua belah pihak untuk saling bertanya dan berdiskusi.

#### **4.9 Lamudi**

Lamudi merupakan bagian dari Rocket Internet. Rocket Internet sendiri telah ada sejak tahun 1999, namun khusus beroperasi di Indonesia tahun 2013. Rocket Internet sendiri merupakan *online venture builder* yang bermaskas di Jerman. Kemudian tahun 2014, Rocket Internet mendirikan Lamudi, sebagai *platform* untuk membantu orang-orang yang membutuhkan informasi *property*. Saat ini, total iklan aktif di Lamudi

sejumlah 219.782, dengan jumlah agen terdaftar sebanyak 12.452 agen.

Kantor Lamudi sendiri berada di Jakarta. Lamudi bekerja dengan beberapa media partner sebagai media promosi yang ditujukan untuk masyarakat Indonesia.



Gambar 4.8 Tampilan Utama Lamudi

Sebagai salah satu *platform online property* di Indonesia, Lamudi juga memberikan fasilitas, dimana bertujuan untuk mencerdaskan bagi para pengunjung situs di Lamudi. Salah satu nya ialah *whitepaper* yang membahas mengenai laporan perkembangan *property* di Indonesia di tahun 2017. Selain dengan adanya *whitepaper*, Lamudi juga memberikan nilai berupa bacaan berbentuk majalah, yang dapat diunduh bagi para pencinta *property* di Indonesia. Hal ini cukup menarik, dimana Lamudi terus berusaha memberikan nilai positif bagi penggunanya.

Selain dengan menyediakan *website* bagi penggunanya, Lamudi juga menyediakan *mobile application* yang dapat diunduh di *App Store* dan *Google Play*. Fasilitas lain yang diberikan Lamudi ialah Blog/Artikel yang dapat dibaca oleh para pengguna dan pengunjungnya. Isi dari blog/artikel ini tidak

hanya mengenai berita *property*, namun juga *tips* dan *trick* yang berguna bagi pembacanya.

#### 4.10 Rumahku

Rumahku merupakan sebuah *platform online property* di Indonesia yang menjadi pelopor penggunaan viral marketing dalam memasarkan *property*. Melalui *website* nya, rumahku memberikan informasi mengenai dimana saja diadakan pameran *property*. Salah satu nilai yang diberikan rumahku bagi penggunaanya ialah *online property expo*.

Produk lain yang diberikan rumahku ialah sistem Prime. Sistem Prime ini merupakan sebuah *office management system* yang membantu para broker profesional dalam mengelola *agency* mereka. Sistem ini digunakan broker untuk mengetahui *property* mana saja yang sudah terjual, atau yang sedang di nego oleh para pencari *property*.



Gambar 4.9 Tampilan Utama Rumahku

Saat ini, total iklan aktif yang ada di rumahku kurang lebih sejumlah 220.576, dengan agen terdaftar sebanyak kurang lebih 13.000 agen. Rumahku secara berkala terus memperbarui *listing* iklan mereka, dengan cara menghapus iklan lama dengan pemberitahuan terlebih dahulu kepada penyedia *property*.

Fasilitas lain yang diberikan rumahku untuk para penggunanya ialah adanya blog/artikel yang dapat dibaca oleh para pengunjung situs rumahku. Selain itu, juga terdapat berita mengenai perkembangan *property* terkini.

#### 4.11 dotProperty Indonesia

DotProperty Indonesia berada dibawah naungan dotProperty Group. DotPoperty Group merupakan salah satu jaringan portal *property* di Asia yang berdiri pada bulan Mei tahun 2013. Di Asia sendiri, dotProperty Group sudah ada di beberapa negara, seperti Thailand, Filipina, Vietnam, Kamboja, Laos, Myanmar, Singapura, dan juga Malaysia. DotProperty Indonesia sendiri beroperasi mulai pada tahun 2016. Hingga saat ini, sudah terdapat kurang lebih 586 agen *property* yang ada di dotProperty. Angka ini sedikit menajubkan mengingat bahwa baru satu tahun dotProperty beroperasi di Indonesia.

Seperti kebanyakan *platform online property* lainnya, dotProperty juga menyediakan artikel/blog yang beguna bagi pembaca dan pecinta *property* untuk mengetahui trend *property* saat ini. Nilai unik lain yang diberikan dotProperty ialah adanya majalah online, yang dapat diunduh bagi para pengguna dotProperty. Selain itu, dotProperty juga menyediakan kalkulator pinjaman, dimana kegunaan dari kalkulator tersebut ialah sebagai perhitungan pinjaman yang dapat dipinjam oleh para pencari *property*.



Gambar 4.10 Tampilan Utama dotProperty Indonesia



Selain itu, dotProperty juga menawarkan layanan relokasi. Dimana kegunaan dari layanan ini ialah memudahkan pengguna dalam merelokasi / pindahan rumah. Pengguna juga dapat berkonsultasi dengan spesialis relokasi sebelum melakukan pindah rumah. DotProperty merupakan *platform online property* baru yang berkecimpung di Indonesia, untuk meningkatkan reputasi nya, dotProperty mengadakan *awards* bagi penyedia *property*, baik agen independen maupun agen *corporate* untuk bersaing secara sehat diajang *awards* tersebut diberbagai nominasi.

## BAB V IMPLEMENTASI

Bab ini menjelaskan mengenai hasil implementasi yang diperoleh dari proses perancangan pada BAB IV yang telah dijabarkan sebelumnya.

### 5.1 Rumah.com

Pada rumah.com ini, akan dijabarkan terlebih dahulu mengenai *the ecosystem canvas*, *the ecosystem motivation matrix*, *the transaction board* dan *platform design canvas*. Penjelasan dari setiap *canvas*, sudah dijelaskan pada bab sebelumnya.

#### 5.1.1 *The Ecosystem Canvas* rumah.com

Pada bagian ini, akan menjelaskan dan menentukan entitas apa saja yang terdapat dalam *the ecosystem canvas* dalam rumah.com. Pada Gambar 5.1 menjelaskan bahwa entitas yang berada paling luar ialah *External Stakeholder* berisi entitas pemerintah dan *holding company*. *External Stakeholder* ini berisi entitas yang berpengaruh dan dapat membuat regulasi terhadap keberadaan *platform*. Dalam hal ini, pemerintah berperan sebagai regulator, dimana secara tidak langsung mengawasi proses bisnis yang ada pada *Platform Online Property*.

Masuk ke lingkaran yang lebih dalam, yaitu *Peer Consumers*. Pada *Peer Consumers* ini berisi entitas yang menggunakan, memanfaatkan, dan mendapatkan *value* dari keberadaan suatu *platform*. Pada rumah.com ini *Peer consumer*-nya ialah para pencari *property*. Pencari *property* disini sudah pasti akan menggunakan, memanfaatkan, dan mendapatkan nilai dari suatu *platform*.

Pada *Peer producers* berisi entitas yang menyediakan *value* dari persediaan *ecosystem* dari sebuah *platform*. Di *Platform Online Property* ini, *Peer producers*-nya ialah penyedia *property*. Di dalam rumah.com sendiri, *Peer producers* yang berperan ialah penyedia *property* reguler, penyedia *property premium*, agen

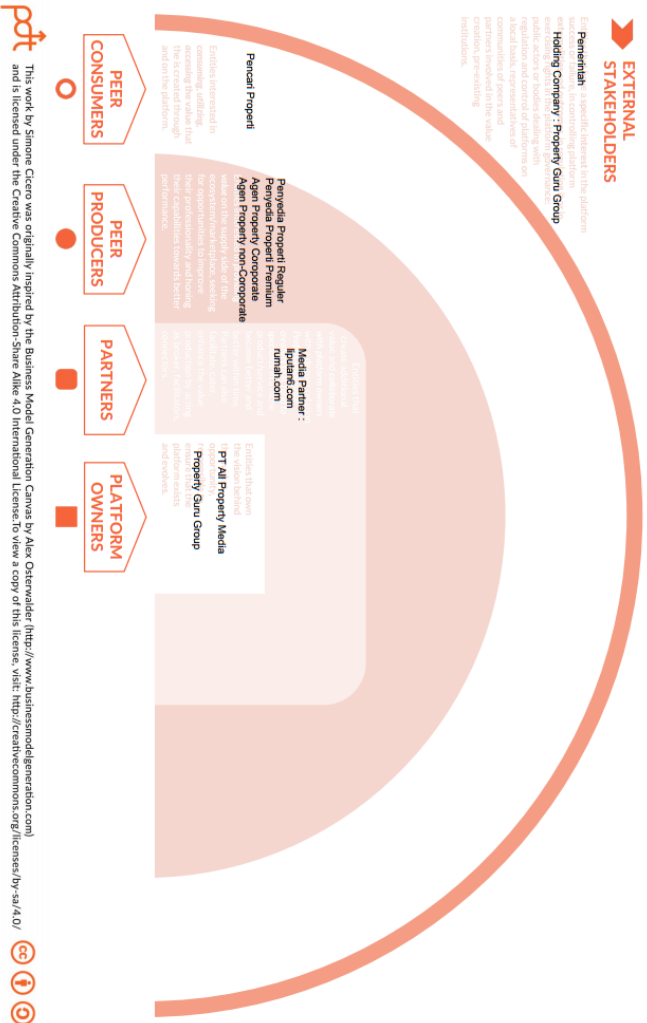
*corporate*, dan agen *non-corporate*. Perbedaan dari penyedia *property premium* dengan penyedia *property* reguler ialah pada penyedia *property premium*, mereka membayar sejumlah uang, untuk mendapatkan layanan lebih. Kelebihan yang didapat ialah iklan yang akan di publikasikan muncul pada halaman utama dari daftar iklan.

Masuk dalam lingkaran *the Partners*. Seperti yang dijelaskan sebelumnya, *the Partners* ini berisi entitas yang menciptakan nilai bersama dengan *owners*. Dalam rumah.com, peran *the partners* ada pada media partner. Dimana media partner ini berperan dalam memberitakan hal-hal yang ada pada suatu *platform*.

Kemudian, masuk pada lingkaran terkecil dari *the ecosystem canvas*, terdapat *the owners*. *The Owners* ini berisi entitas yang bertanggung jawab atas keberadaan suatu *platform*. Dalam kasus rumah.com ini, *the owners*-nya ialah PT All Property Media, dan Property Guru Group.

notes

**Penninah** – a specific interest in the platform ecosystem of Airbnb, incorporating platform ecosystem actors and their interactions, including public actors or bodies dealing with regulation and control of platforms on a local basis, representatives of communities of peers and partners involved in the value creation, pre-existing institutions



**Gambar 5.1 The Ecosystem Canvas Rumah.com**

### 5.1.2 *The Ecosystem Motivation Matrix*

Pada *toolkit* ini berfungsi untuk menggali lebih dalam apa saja yang mendorong entitas untuk bergabung dengan suatu *platform*. Melacak keuntungan bergabung dengan *platform*. Mulai dari kebutuhan, kesempatan, hingga keluaran positif yang diberikan suatu *platform*. Matriks ini juga melacak apa potensi pertukaran antar peran yang berbeda, mulai dari *the partners*, *Peer consumers*, dan *Peer producers*.


Bergabung dengan rumah.com, menjadikan penyedia *property* untuk menambah peluang dalam penjualan, serta menambah peluang juga untuk mendapatkan profit. Kemudian, juga memperluas jaringan pelanggan, karena rumah.com dikunjungi dari berbagai wilayah di Indonesia. Untuk mempermudah penjualan *property*, dapat dilakukan dengan memasang iklan secara *online*, sehingga banyak pelanggan yang dapat melihat penjualan *property* tersebut. Kemudian, dalam penjualan *property* ini juga tidak membutuhkan modal, hanya bermodalkan internet saja. Namun apabila penyedia *property* tersebut merupakan agen independen yang profesional maupun agen independen *corporate* bersedia membayar akun *premium*. Keuntungan yang lain ialah keputusan ada ditangan penjual. Hal ini ditunjukkan apabila penjual tidak berkenan dengan penawaran yang dilakukan pembeli, maka penjual tidak harus menjualnya.

Kemudian, untuk pencari *property*, akan mendapatkan kemudahan dalam mencari *property* yang diinginkan, sesuai dengan wilayah, dan kemampuan membeli. Kemudahan lain ialah dapat mencari *property* melalui peta. Hal ini ditujukan bagi pencari *property* yang ingin mencari *property* sesuai dengan kebutuhan. Hal lain yang ditawarkan ialah pencarian dengan iklan. Pencarian dengan iklan ini memudahkan pencari *property* hanya dengan memasang iklan mencari *property* seperti apa, sehingga agen atau penyedia *property* lain dapat membacanya. Keuntungan lain yang didapatkan pencari *property* ialah, menambahkan *favorite* dari *property* yang telah dilihat. Dan apabila ingin melihat *property* yang sudah pernah

dilihat, terdapat kemudahan untuk melihat *history property*. Dalam melakukan pembelian rumah, rumah.com juga menyediakan simulasi KPR/Kalkulator KPR bagi pencari *property* apabila ingin menghitung kredit yang ingin dilakukan pada suatu bank.

Dalam kotak lain yaitu dari penyedia *property* ke pencari *property*, penyedia *property* dapat memberikan beberapa pilihan *property* yang diinginkan oleh pencari *property*. Hal itu juga dirasakan oleh penyedia *property* yang mendapatkan beberapa pilihan *property* dari penyedia *property*. Gambar 5.2 merupakan hasil pemetaan pada *the ecosystem matrix* rumah.com

THE ECOSYSTEM'S MOTIVATIONS MATRIX  
PLATFORM DESIGN TOOLKIT 2.0

gives to 				notes			
Media Partner entity			Media Partner entity	Pemedia Property entity	Pencari Property entity	entity	entity
Pa	pp	pc	Mendapat Keuntungan Meningkatkan traffic pembaca Meningkatkan reputasi Memperluas jaringan pembaca	Menambah peluang untuk mendapat profit Memperluas jaringan pelanggan Meningkatkan popularitas properti Tidak membutuhkan modal Kepuasan pelanggan penjual Memambah relasi	Memberikan beberapa pilihan properti		
Pencari Property entity				Menambah Relasi Memperluas beberapa pilihan properti	mudah dalam mencari properti disediakan dengan lokasi properti pencarian pintar dengan beberapa masukan kata kunci menghitung pinjaman		
Pa	pp	pc					
entity							
Pa	pp	pc					
entity							
Pa	pp	pc					

 This work by Simone Clero was originally inspired by the Business Model Generation Canvas by Alex Osterwalder (<http://www.businessmodelgeneration.com>) and is licensed under the Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License To view a copy of this license, visit: <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/> 

Gambar 5.2 The Ecosystem Motivation Matrix rumah.com

### 5.1.3 *The Transaction Board* rumah.com

Pada *the transaction board* ini berfungsi untuk membuat daftar transaksi kunci yang terjadi di *platform*. Transaksi ini berfokus pada pertukaran yang membawa nilai terpenting dari *platform*. Pada *transaction board* ini juga berisi *currency/value unit* yang diberikan dari satu entitas ke entitas yang lain. *Currency / value* yang diberikan dapat berupa informasi, uang, reputasi, dan lain-lain. Kemudian, di *transaction board* ini juga terdapat *channel and context* yang berisi sesuatu yang dapat dihitung atau nyata dan juga sesuatu yang tidak nyata.

Transaksi yang terjadi pada rumah.com, dimulai dari entitas pencari *property* yang mencari *property*, lalu melakukan penambahan *favorite*, melihat *history property*, berdiskusi dengan pengguna lain, mengetahui *tips and trick*, mengajukan pertanyaan, melihat pertanyaan yang sering diajukan, hingga membaca artikel *property*.

Kemudian untuk penyedia *property*, transaksi yang dapat dilakukan dimulai dari mengiklankan *property*, berkomunikasi dengan calon pembeli, memberikan *feedback*, dan melihat list *property* yang dilakukan.

*Currency/value* yang terjadi pada transaksi rumah.com berupa informasi. Kemudian untuk *channel and context* terjadi pada *website*, *dashboard*, dan kotak pesan. Pada Gambar 5.3 dan Gambar 5.4 merupakan hasil dari *the transaction board* rumah.com





Gambar 5.3 The Transaction Board Rumah.com 1

# THE TRANSACTIONS BOARD PLATFORM DESIGN TOOLKIT 2.0

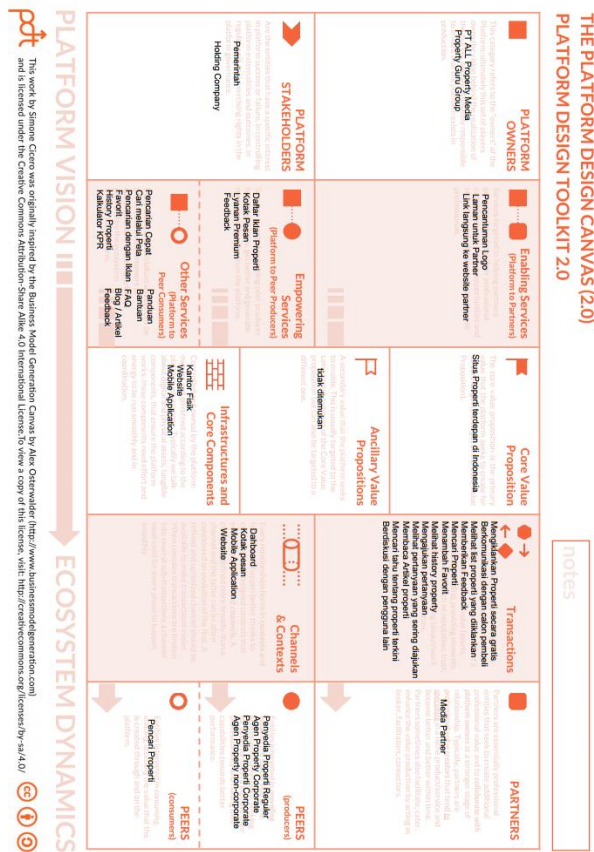
notes

E1	Transaction/ Interaction	E2	Currency/ Value Unit	Channel or Context	Notes
Pencari Properti	Memeriksa Asetel properti	rumah.com Medsa Partner	Informasi	Website	
Penyedia Properti	Mengiklankan properti	rumah.com	Informasi	Website	
Penyedia Properti	Berkomunikasi dengan Calon Pembeli	Pencari Properti	Informasi	Chat on Website	
Penyedia Properti	Memberikan Feedback	rumah.com	Informasi	Kotak Pesan	
Penyedia Properti	Melihat list properti yang ditawarkan	rumah.com	Informasi	Dashboard	

Gambar 5.4 The Transaction Board Rumah.com 2

### 5.1.1.4 The Platform Design Canvas rumah.com

Pada *canvas* ini berisi keseluruhan dan ringkasan dari *toolkit* yang sebelumnya. *Canvas* ini berisi mulai dari *the owners*, *stakeholder*, *Peer producers*, *Peer consumers*, *services*, *transaction*, *core value proposition*, *ancillary value proposition*, *infrastructure and core component*, dan *channel and context*. Berikut ini merupakan hasil pemetaan *platform design canvas*, pada rumah.com. Gambar 5.5 hasil dari *platform design canvas* rumah.com.



Gambar 5.5 The Platform Design Canvas rumah.com

## 5.2 Rumah123

### 5.2.1 *The Ecosystem Canvas* Rumah123

Sama seperti *platform online property* sebelumnya, rumah123.com juga dipetakan ke dalam *ecosystem canvas*. Dapat dilihat pada Gambar 5.6 bahwa eksternal *stakeholder* dari rumah123.com ialah pemerintah dan *holding company*. *Holding company* yang berperan pada perkembangan rumah123.com hanyalah REA Group. Selain itu, rumah123 terdapat kepemilikan perusahaan luar negeri yaitu *iProperty Group*. Rumah123 telah terdaftar di bursa efek Australia [14].

Pada lingkaran *Peer consumers* terdapat pencari *property*. Kemudian, di *Peer producers*, terdapat dua penyedia *property* yaitu agen *property* independen dan agen *property corporate*. Sehingga, pemasangan iklan yang ada di rumah123.com ini sangat terpercaya, karena untuk menjadi agen *property*, dibutuhkan modal yang cukup besar.

Pada *partner* sendiri, rumah123.com memiliki tiga *partner*, yaitu media partner, situs partner, payment. Media partner dari rumah123.com yaitu detik.com, netralnews.com, jitunews.com, kabarbisnis.com, indotelko, tribunnews, tempo.co, sindonews.com, okezone.com, liputan6.com, jakartapost.com, gatra, CNNIndonesia, koranjakarta, dan rumah123.com sendiri. Peran media partner disini ialah memberitakan mengenai situs rumah123.com, mulai dari investasi rumah hingga berita terbaru yang ada di rumah123.com.

Untuk situs *partner*, merupakan situs sejenis yaitu situs *platform online property*, namun diberbagai negara. Adanya situs partner ini dikarenakan, rumah123.com berada di bawah naungan REA Group. Peran lain dari adanya situs partner ini ialah memberikan kemudahan bagi pengguna untuk mencari *property* luar negeri.

Pada *partner payment*, rumah123.com bekerjasama dengan beberapa bank seperti Mandiri, BNI, BRI, BCA, dan BTN. Setiap bank memiliki fitur atau penawaran yang berbeda-beda.

Selain itu, rumah123.com dengan bank menyediakan fasilitas kalkulator KPR, untuk memudahkan pengguna apabila ingin menghitung dan mengajukan KPR.

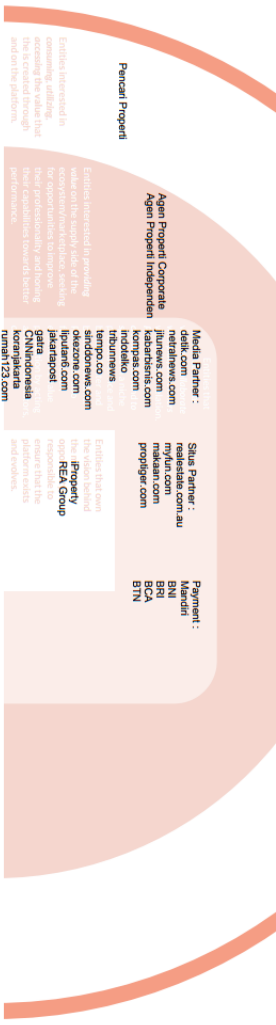
Pada *the owners* yang berperan ialah iPropety dan REA Group, dimana *iProperty*-lah yang mendirikan rumah123.com. Peran dari REA Group adalah sebagai *holding company* dari *iProperty*. Keduanya bersama-sama untuk memajukan rumah123.com.

THE ECOSYSTEM CANVAS  
PLATFORM DESIGN TOOLKIT 2.0

notes

EXTERNAL  
STAKEHOLDERS

Entities that have a specific interest in the platform  
Pemerintah : an controlling platform  
Holding Company : uniform governance  
REA Group : bodies dealing with  
Asosiasi : control of platforms on  
Ideas : control of platforms on  
partners involved in the value  
creation, pre-existing  
institutions.



PEER  
CONSUMERS

PEER  
PRODUCERS

PARTNERS

PLATFORM  
OWNERS

Gambar 5.6 The Ecosystem Canvas rumah.com

### 5.2.2 *The Ecosystem Motivations Matrix* rumah123

Pada canvas ini berisi hasil penggalian keuntungan dari suatu entitas dalam ekosistem bergabung dengan *platform*. Pada Gambar 5.7 ini berisi hasil pemerasaan rumah123.com pada *motivations matrix canvas*.

Dapat dilihat bahwa pada *partner payment* bergabung dengan *platform* ini agar dapat memperluas jaringan pelanggan dan meningkatkan reputasi. Hal ini didapatkan karena pengunjung dari rumah123.com berasal dari berbagai wilayah. Selain itu, juga berpeluang untuk meningkatkan transaksi, apabila terdapat pelanggan yang tertarik dengan penawaran yang diberikan oleh suatu bank.

Dengan bergabungnya media partner, maka media partner berpeluang untuk mendapatkan keuntungan dan mendapatkan reputasi. Selain itu juga dapat meningkatkan *traffic* pembaca, karena memberitakan mengenai hal-hal baru terkait dengan *property*. Media partner juga berpeluang untuk memperluas jaringan pelanggan, hal ini dapat dilihat dari pengunjung rumah123.com.

Bagi situs *partner*, adanya *link* langsung menuju situs *partner* tersebut, memberikan dampak yaitu menambah jumlah pengunjung situs *partner*. Selain itu juga dapat meningkatkan reputasi. Hal lain yang menjadi dorongan situs *partner* bergabung dengan rumah123.com ialah memudahkan pencari *property* untuk mencari *property* yang ada di luar negeri.

Bagi penyedia *property* yaitu agen *property*, berpeluang untuk mendapatkan profit. Selain itu juga memperluas jaringan pelanggan dan manambah relasi. Hal ini dapat dibuktikan dengan pengunjung dari *platform* rumah123.com berasal dari berbagai wilayah. Selain itu juga mempermudah penjualan *property*, karena semua orang yang mengakses rumah123.com dapat melihat iklan yang dipublikasikan.


Bagi pencari *property*, akan memudahkan dalam pencarian sesuai dengan *property* yang diinginkan. Selain itu juga mudah

untuk menghitung KPR yang akan diajukan apabila ingin membeli *property*. Pencari *property* juga mendapatkan agen-agen yang terpercaya. Kemudahan lain yang didapatkan oleh pencari *property* ialah pencari *property* dapat membandingkan dua atau lebih *property* yang diinginkan. Sehingga pencari *property* dapat lebih mudah untuk mengeliminasi *property*.



THE ECOSYSTEM'S MOTIVATIONS MATRIX  
PLATFORM DESIGN TOOLKIT 2.0

notes

 gives to	entity	Media Partner	Stakeholder	Agent	Parent Property
Payment	entity				
	entity				
Media Partner	entity				
	entity				
Stakeholder	entity				
	entity				
Agent Property	entity				
	entity				
Parent Property	entity				
	entity				

☐ What could the entity on the vertical axis on the left give to the entity on the horizontal axis on top?

☐ Advantages in participating in the ecosystem (needs, opportunities) through the platform



Gambar 5.7 The Motivastions Matrix Rumah123

5.2.3 The Transaction Board

Rumah123.com juga dipetakan dengan *transaction board* untuk mengetahui transaksi apa saja yang dilakukan baik dari *peer producers*, *peer consumers*, *partner*, maupun dari *platform* itu sendiri. Pada Gambar 5.8, Gambar 5.9, dan Gambar 5.10 ini menggambarkan transaksi yang terjadi pada rumah123.com:

THE TRANSACTIONS BOARD PLATFORM DESIGN TOOLKIT 2.0					
notes					
E1	Transaction/ Interaction	E2	Currency/ Value Unit	Channel or Context	Notes
Pencari Properti	Mencari Properti	Pemunya properti	Informasi	Website	
Pencari Properti	Membuat Favorite	Pengelola Properti	Informasi	Website	
Pencari Properti	Melihat history Property	Pemunya properti	Informasi	Website	
Pencari properti	Mengajukan segala macam KPR	Bank KPR	Informasi	Bank	
Pencari Properti	Menghitung anggaran KPR	rumah123.com	Informasi	Website	
Pencari Properti	Mengajukan Perumahan	Rumah123.com	Informasi	Kodek Pemas	
Pencari Properti	Melihat perumahan yang sering dikunjungi	rumah123.com	Informasi	FAQ	

**Gambar 5.8 The Transaction Board Rumah123 1**

THE TRANSACTIONS BOARD  
PLATFORM DESIGN TOOLKIT 2.0

THE 1KANNACIONS BOARD

PLATFORM DESIGN TOOLKIT 2.0

notes

E1	Transaction/ Interaction	E2	Currency/ Value Unit	Channel or Context	Notes
Pencari Properti	Membaca Artikel Properti	rumah123.com	Informasi	JurnalBlog	
Pencari Properti	Mencari tahu tentang properti terkini	rumah123.com	Informasi	JurnalBlog/Artikel	
Pencari properti	Melihat history properti	rumah123.com	Informasi	Website	
Pemedia Properti	Berkomunikasi dengan calon pembeli	Pencari properti	Informasi	Kotak Pesan	
Pemedia properti	Memberikan feedback	rumah123.com	Informasi	Kotak Pesan /Tanggapan	
Pencari properti	Membandingkan dua atau lebih properti	Pemedia properti	Informasi	Website	
rumah123.com	Memerlukan kemudahan dalam pencarian properti luar negeri	Pencari properti	Informasi	Website	

Gambar 5.9 The Transaction Board Rumah123 2



Gambar 5.10 The Transaction Board Rumah123 3



### 5.3 UrbanIndo

#### 5.3.1 *The Ecosystem Canvas* UrbanIndo

Pada *ecosystem canvas* ini berisi entitas-entitas yang ada pada UrbanIndo. *Ecosystem canvas* ini bertujuan untuk memetakan seluruh entitas dalam ekosistem. Dapat dilihat pada Gambar 5.12, bahwa *stakeholder* yang ada pada UrbanIndo ialah pemerintah, investor dan komunitas. Investor yang terlibat dalam UrbanIndo ada empat dan dengan satu *lead investor*, yaitu Gree Ventures, Fenox Ventures, East Ventures, dan Spiral Ventures. Saat ini status *funding* dari UrbanIndo ialah *early stage venture* dengan tipe *funding* terbaru yaitu series A.

Pada bagian *Peer consumers*, terdapat pencari *property*. Sedangkan, pada *Peer producers*, terdapat dua penyedia *property* yaitu penyedia *property* reguler, penyedia *property premium*, agen *non-corporate*, dan agen *corporate*.

Pada bagian *partners*, terdapat tiga entitas yang terlibat di UrbanIndo, yaitu Media Partner, *Payment Method*, dan Bank KPR. Media Partner disini ialah media-media yang memberitakan tentang UrbanIndo terkait dengan *property*. Media partner mendapat keuntungan yaitu pencantuman logo dan *link* langsung ke berita yang dipublikasikan. *Partner* kedua ialah *payment method*, berperan sebagai media pembayaran untuk pembelian koin premium. Koin premium ini ditujukan bagi para pengguna yang ingin mengubah profil-nya menjadi profil premium. Lalu *partner* ketiga dari UrbanIndo ialah Bank KPR. Bank KPR disini mempunyai peran dalam membantu dan memudahkan pengguna untuk mengajukan KPR, dimana setiap bank memiliki fasilitas dan penawaran masing-masing.

Pada platform *owners*, berisi entitas yang bertanggung jawab atas keberadaan suatu *platform*. Pada UrbanIndo, entitas ini diisi oleh PT Kreasi Anak Bangsa, sebagai pembentuk UrbanIndo.

THE ECOSYSTEM CANVAS  
PLATFORM DESIGN TOOLKIT 2.0

notes

EXTERNAL  
STAKEHOLDERS

External stakeholders are a specific interest in the platform ecosystem, but are not directly involved in the platform ecosystem's revenue and outcomes, by regulating it or in its development. Examples of external stakeholders include:

- Investor : 70% by the platform's governance.
- Grant Ventures : fund raising with government.
- Local Ventures : fund raising with local government.
- Entrepreneurial Ventures : fund raising with private investors.
- Social Ventures : fund raising with social investors.
- Non-Profit : fund raising with non-profit investors.
- Komunitas : fund raising with community.



Gambar 5.12 The Ecosystem Canvas UrbanIndo



### 5.3.2 *The Ecosystem Motivations Matrix* UrbanIndo

*Canvas* ini berisi dorongan suatu *partners*, *peer consumers*, maupun *peer producers* bergabung dalam suatu platform. UrbanIndo sendiri, cukup lengkap dalam memberikan fasilitas untuk diberikan pada *partners*, *peer consumer*, hingga *peer producers*. UrbanIndo sangat memperhatikan setiap detail nilai yang ingin diberikan kepada penggunanya. Pada UrbanIndo sendiri terdapat dua partner yang berperan besar, yaitu Bank KPR dan Media Partner. *Payment Method* tidak termasuk dalam partner di *Motivation Matrix* karena entitas tersebut hanya metode pembayaran untuk mempermudah pengguna dalam melakukan pembayaran. Pada *Peer producers* terdapat penyedia *property*. Pada *motivation matrix* UrbanIndo, Bank KPR dapat memperluas jaringan pelanggan serta meningkatkan reputasi, karena UrbanIndo merupakan situs *online* yang dapat diakses oleh siapa saja. Selain itu, UrbanIndo juga berpeluang untuk meningkatkan transaksi, apabila ada pengguna yang tertarik untuk mengajukan KPR. Selain mendapatkan keuntungan untuk Bank KPR sendiri, Bank KPR ini juga memberikan manfaat keuntungan bagi penyedia *property* dan pencari *property*, yaitu mempermudah pembayaran yang terpercaya.

Pada media partner, akan berpeluang untuk mendapatkan keuntungan. Sama seperti halnya Bank KPR, UrbanIndo ini merupakan situs yang dapat diakses oleh siapa saja, sehingga media partner berpeluang untuk meningkatkan *traffic* pembaca, meningkatkan reputasi, dan juga memperluas jaringan pelanggan. Selain itu, media partner juga memberikan keuntungan bagi Bank KPR, yaitu memberitakan hal-hal terbaru mengenai pembayaran.

Untuk penyedia *property*, UrbanIndo memberikan fasilitas dan keuntungan yang cukup lengkap, diantaranya penyedia *property* berpeluang untuk mendapat profit, meperluas jaringan pelanggan dan menambah relasi, mempermudah penjualan *property* dan memberikan sepenuhnya keputusan penjualan ditangan penyedia *property*. Selain itu, penyedia *property* juga

dapat menganalisa iklan, yaitu apabila penyedia *property* sudah mempublikasikan iklan, maka penyedia *property* dapat melihat berapa kali iklan tersebut dilihat oleh orang lain, dan apakah ada pencari *property* yang tertarik dengan iklan tersebut. Selain itu, UrbanIndo juga memberikan kemudahan bagi penyedia *property* yaitu dapat melihat profil dari calon pembeli.

Bagian pencari *property*, UrbanIndo juga memberikan bermacam-macam fasilitas, mulai dari pencarian *property* dengan mudah disesuaikan dengan lokasi yang diinginkan, mencai *property* dengan memasukkan kata kunci, dan menganalisa *property*. Menganalisa *property* ini berarti bahwa pencari *property* dapat melihat bagaimana prospek *property* yang akan dibeli. Selain itu, pencari *property* juga dapat mengajukan KPR dengan mudah sesuai dengan bank yang diinginkan, menghitung dan mensimulasikan KPR sebelum mengajukan KPR, membaca *tips* dan *trik* yang diberikan oleh UrbanIndo, mengetahui acara *property* yang sedang diadakan di suatu daerah. Selain untuk pencari *property* sendiri, pencari *property* juga memberikan keuntungan bagi bank KPR, yaitu menambah peluang transaksi pembayaran, apabila sesuai dengan kemampuan dan keinginan penyedia *property*. Gambar 5.13 dan Gambar 5.14 merupakan hasil pemetaan pada *the ecosystem motivation matrix*.

THE ECOSYSTEMS MOTIVATIONS MATRIX  
PLATFORM DESIGN TOOLKIT 2.0



gives to		entity		notes	
Bank KPR	Bank KPR	Media Partner	Penyedia Properti	Pencari Properti	entity
Bank KPR entity	Memperluas jaringan pelanggan Memperluas reputasi Memperluas Transaksi		Memperluas pembayaran yang terpercaya	Memperluas pembayaran yang terpercaya	
Media Partner entity	Memberikan manfaat terbaru mengumpul pembayaran	Memdapat Keuntungan Memperluas traffic pembaca Memperluas reputasi Memperluas jaringan pembaca			
Penyedia Properti entity	Memperluas jaringan pelanggan Memperluas reputasi Memperluas Transaksi	Memberikan peluang untuk memperluas jaringan Memperluas jaringan pelanggan Memperluas penjualan properti Tidak membutuhkan modal Tidak ada biaya pengalihan Memperluas relasi	Analisa Kian Menggunakan Indeks Harga Rumah Dapat melihat profil calon pembeli Menggunakan Kian		
Pencari Properti entity	Memperluas jaringan pelanggan Memperluas reputasi Memperluas Transaksi	Memberikan manfaat terbaru mengumpul pembayaran	Memperluas pembayaran yang terpercaya	Memperluas pembayaran yang terpercaya	

☐ What could the entity on the vertical axis on the left give to the entity on the horizontal axis on top?

☐ Advantages in participating in the ecosystem (needs, opportunities) through the platform

Gambar 5.13 The Motivations Matrix UrbanIndo1

THE ECOSYSTEM'S MOTIVATIONS MATRIX  
PLATFORM DESIGN TOOLKIT 2.0

		notes				
gives to 		entity	entity	entity	entity	entity
Pencari Properti entity	Pa				Terdapat Layanan Premium Mudah pengajuan KPR Dapat mengulang Anguran KPR Membaca Properti Membaca Artikel Properti Mengalihkan Acara tentang Properti	
	PP 					
entity						
Pa	PP					
PC	PC					
entity						
Pa	PP					
PC	PC					
entity						
Pa	PP					
PC	PC					
entity						
Pa	PP					
PC	PC					

☐ What could the entity on the vertical axis on the left give to the entity on the horizontal axis on top?

☐ Advantages in participating in the ecosystem (needs, opportunities) through the platform

Gambar 5.14 The Motivations Matrix UrbanIndo 2

5.3.3 The Transaction Board UrbanIndo

Pada *canvas* ini berisi transaksi dan interaksi yang terjadi pada setiap entitas di UrbanIndo. Nilai yang menjadi pertukarnya dapat berupa informasi, uang, maupun reputasi. Gambar 5.15, Gambar 5.16, Gambar 5.17, dan Gambar 5.18

THE TRANSACTIONS BOARD  
PLATFORM DESIGN TOOLKIT 2.0

notes

E1	Transaction/ Interaction	E2	Currency/ Value Unit	Channel or Context	Notes
Pencari Properti	Mengelihat Acara tentang properti	UrbanIndo	Informasi	Website	
Pencari Properti	Mengelihat tips and trick	UrbanIndo	Informasi	Website	
Pencari Properti	Mengajukan pertanyaan	UrbanIndo	Informasi	Kolok Papan	
Pencari Properti	Melihat pertanyaan yang sering diajukan	UrbanIndo	Informasi	Website	
Pencari Properti	Meminta akses properti	UrbanIndo Media Partner	Informasi	Website	
Pemodal Properti	Mengajukan properti	UrbanIndo	Informasi	Website	
Pemodal Properti	Mengajukan klan	UrbanIndo	Informasi	Website	

 This work by Simone Cicero was originally inspired by the Business Model Generation Canvas by Alex Osterwalder (<http://www.businessmodelgeneration.com>) and is licensed under the Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License. To view a copy of this license, visit: <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>



Gambar 5.15 The Transaction Board UrbanIndo 1

THE TRANSACTIONS BOARD  
PLATFORM DESIGN TOOLKIT 2.0

notes

E1	Transaction/ Interaction	E2	Currency/ Value Unit	Channel or Context	Notes
Pencari Properti	Mengunjungi Acara tentang properti	Urbanindo	Informasi	Website	
Pencari Properti	Mengetahui tips and trick	Urbanindo	Informasi	Website	
Pencari Properti	Mengajukan pertanyaan	Urbanindo	Informasi	Kolok Papan	
Pencari Properti	Melihat pertanyaan yang sering diajukan	Urbanindo	Informasi	Website	
Pencari Properti	Mem baca Artikel properti	Urbanindo Media Partner	Informasi	Website	
Pemedia Properti	Mengiklankan properti	Urbanindo	Informasi	Website	
Pemedia Properti	Mengunjungi Klien	Urbanindo	Informasi	Website	

Gambar 5.16 The Transaction Board UrbanIndo 2

THE TRANSACTIONS BOARD  
PLATFORM DESIGN TOOLKIT 2.0

THE 1 KANSACCTIONS BOARD

PLATFORM DESIGN TOOLKIT 2.0

notes

E1	Transaction/ Interaction	E2	Currency/ Value Unit	Channel or Context	Notes
Pemedia Properti	Melihat Profil Calon Pembeli	Pencari Properti	Informasi	Dashboard	
Pemedia Properti	Berkomunikasi dengan Calon Pembeli	Pencari Properti	Informasi	Chat on Website	
Pemedia Properti	Mempromosikan Profil	Pencari Properti UrbanIndo	Informasi	Website	
Pemedia Properti	Menampilkan cover image profesional di halaman dengan	UrbanIndo	Cover Image	Dashboard	
Pemedia Properti	Mengetahui index harga rumah	UrbanIndo	Informasi	Website	
Pemedia Properti	Membeli kom	Payment Method	Uang / Kwh	Bank	
Pemedia Properti	Memberikan Feedback	UrbanIndo	Informasi	Kotak Pesan	

Gambar 5.17 The Transaction Board UrabnIndo 3

THE TRANSACTIONS BOARD  
PLATFORM DESIGN TOOLKIT 2.0

notes					
E1	Transaction/ Interaction	E2	Currency/ Value Unit	Channel or Context	Notes
Penyedia Properti	Melihat list properti yang ditawarkan		Informasi	Dashboard	
Penyedia Properti	Membuat partnership dengan Co-Broking	Penyedia Properti	Reputasi	Dashboard	
deftroperty	Menyediakan layanan rekayasa	Pencari Properti atau Webinar	Informasi dan Layanan	Website	

Gambar 5.18 The Transaction Board UrbanIndo



**Gambar 5.19 The Platform Design Canvas UrbanIndo**

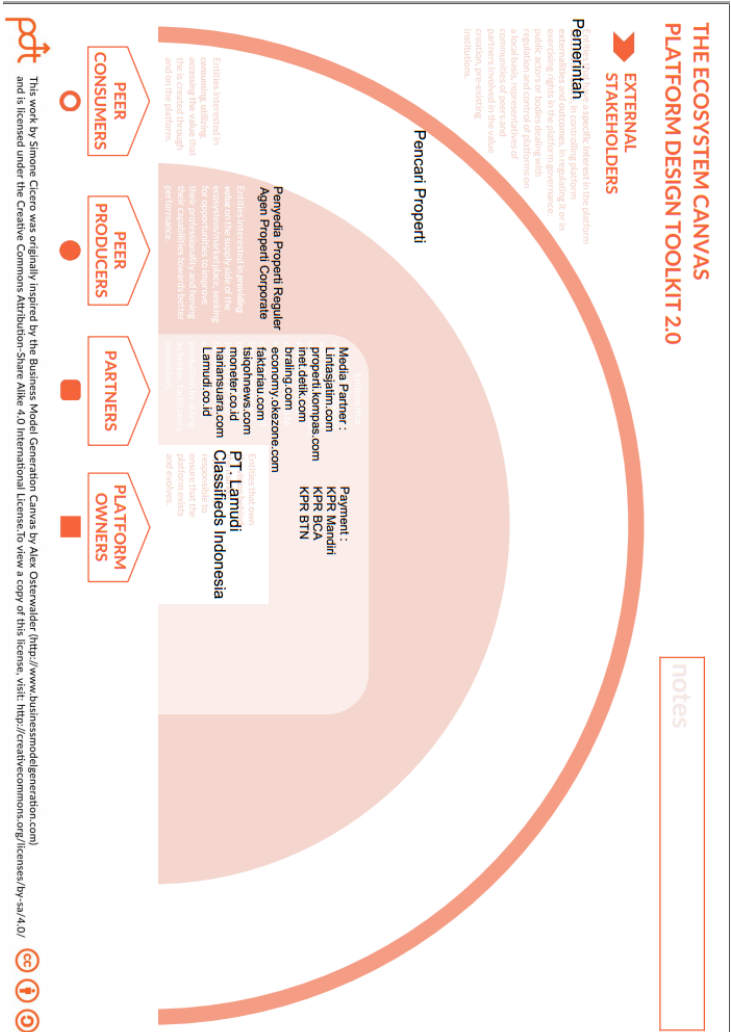
## 5.4 Lamudi

### 5.4.1 *The Ecosystem Canvas* Lamudi

Pada *canvas* ini berisikan entitas yang terdiri dari *stakeholder*, *peer consumers*, *peer producers*, *partners*, dan *owners*. **Gambar 5.20** menunjukkan hasil pemetaan platform Lamudi di *the ecosystem canvas*. Pada bagian *stakeholder* hanya terdapat pemerintah. Lamudi merupakan bagian dari *rocket internet*, sebuah *online venture builder* yang berkantor pusat di Jerman. Pada tahun 2015 bulan Juni, Lamudi mengakuisisi *online property* asal Indonesia yaitu *propertykita.com*.

Pada *Peer consumers*, terdapat pencari *property*. *Peer consumer* ini tidak dipecah lagi. Kemudian, untuk *Peer producers*, Lamudi memiliki penyedia *property* reguler dan agen *corporate*.

Bagian *partners* pada Lamudi terdapat 2 *partners* yaitu Media Partner dan *Payment*. Media partner disini memiliki peran yaitu memberitakan semua mengenai *property* yang diusung oleh Lamudi. Mulai dari *tips and trik* hingga acara yang diadakan oleh Lamudi. Untuk *payment*, sama seperti yang lain yaitu memudahkan pengguna dalam pengajuan KPR. Terdapat tiga bank yang bekerjasama dengan Lamudi, yaitu KPR Mandiri, KPR BCA, dan KPR BTN. Pada bagian platform *owners*, terdapat PT Lamudi Classifieds Indonesia, yang merupakan penganggungjawab adanya platform Lamudi.



#### 5.4.2 *The Ecosystem Motivations Matrix* Lamudi

Pada matriks *ecosystem motivations* ini, berisi dorongan atau keuntungan dari setiap entitas, baik *partners*, *Peer producers*, maupun *Peer consumers*. Di Lamudi, *partners* yang berperan ialah *payment* dan media partner. Untuk *Peer producers*, terdapat agen *property*, dan untuk *Peer consumers* terdapat pencari *property*. Dapat dilihat pada Gambar 5.21, bank yang bekerjasama dengan Lamudi akan mendapatkan peluang untuk memperluas jaringan pelanggan dan meningkatkan reputasi. Pengunjung Lamudi cukup banyak dan beragam, sehingga peluang ini dapat dimanfaatkan oleh *partner payment*. Kemudian untuk media *partner*, bergabung dengan Lamudi juga dapat meningkatkan reputasi dan memperluas jaringan pembaca. Lamudi menyediakan fasilitas bagi media partner, yaitu bagian tersendiri untuk media partner di laman Lamudi dan terdapat *link* langsung untuk menuju halaman dari media partner tersebut. Hal tersebut memudahkan pengguna nya untuk langsung menuju laman dari media partner. Sehingga keuntungan dari media partner adalah memperluas jaringan pelanggan dan dapat pula meningkatkan *traffic* dari pembaca.

Kemudian masuk pada bagian *Peer producers* yaitu agen *property*, Lamudi memberikan fasilitas dan kemudahan bagi penyedia *property*. Untuk agen *property*, memperoleh laman pribadi. Agen *property* juga berpeluang untuk memperoleh keuntungan, menambah relasi, serta meningkatkan reputasi. Selain itu, kemudahan dalam mengiklankan *property* juga dirasakan oleh agen *property*, serta keputusan penjualan ada di tangan agen *property*. Bagi agen *property*, memberikan nilai bagi pencari *property* yaitu dengan memberikan pilihan solusi yang sesuai dengan kebutuhan pembeli.

Untuk *Peer consumers* sendiri, Lamudi memberikan nilai lebih yaitu Lamudi memiliki majalah khusus yang membahas mengenai *property*, dan dapat diunduh oleh pengguna Lamudi. Nilai lain yang diberikan Lamudi ialah kemudahan dalam

mencari *property* yang sesuai, kemudahan dalam mengajukan KPR dan menghitung KPR.

THE ECOSYSTEM'S MOTIVATIONS MATRIX  
PLATFORM DESIGN TOOLKIT 2.0

notes

gives to		Payment Entity	Media Partner	Agen Properti	Pembeli Properti	entity
Payment	PP	PC	Media Partner	Media Partner	Media Partner	Media Partner
	PC	PP	Media Partner	Media Partner	Media Partner	Media Partner
Media Partner	PP	PC	Media Partner	Media Partner	Media Partner	Media Partner
	PC	PP	Media Partner	Media Partner	Media Partner	Media Partner
Agen Properti	PP	PC	Media Partner	Media Partner	Media Partner	Media Partner
	PC	PP	Media Partner	Media Partner	Media Partner	Media Partner
entity		Payment Entity	Media Partner	Agen Properti	Pembeli Properti	entity
Pa	PP	PC	Media Partner	Media Partner	Media Partner	Media Partner
Pa	PP	PC	Media Partner	Media Partner	Media Partner	Media Partner
Pencari Properti	PP	PC	Media Partner	Media Partner	Media Partner	Media Partner
Pa	PP	PC	Media Partner	Media Partner	Media Partner	Media Partner

☐ What could the entity on the vertical axis on the left give to the entity on the horizontal axis on top?

☐ Advantages in participating in the ecosystem

5.4.3 The Transaction Board Lamudi

Pada bagian ini berisi daftar transaksi yang terjadi di Lamudi, untuk semua entitas, baik *peer consumers*, *peer producers*, maupun *partner*. Selain daftar transaksi, juga terdapat *Channel and Context* yang merupakan media dimana transaksi tersebut berlangsung. *Channel* sendiri mempunyai arti sesuatu yang dapat dihitung dan nyata, sedangkan *Context* merupakan sesuatu yang tidak nyata. Gambar 5.22 dan Gambar 5.23 merupakan hasil pemetaan.

THE TRANSACTIONS BOARD  
PLATFORM DESIGN TOOLKIT 2.0

notes

E1	Transaction/ Interaction	E2	Currency/ Value Unit	Channel or Context	Notes
Pencari Properti	Mencari Properti	Lamudi	Internal	Website	
Pencari Properti	Membantu Favorite	Pemilik Properti	Internal	Website	
Pencari Properti	Membeli Property	Pemilik properti	Internal	Website	
Pencari properti	Mengajukan segala macam KPR	Bank KPR	Internal	Bank	
Pencari Properti	Mengajukan pinjaman KPR	Lamudi	Internal	Website	
Pencari Properti	Mengajukan Perumahan	Lamudi	Internal	Kolah Pemas	
Pencari Properti	Membeli perumahan yang sedang dibangun	Lamudi	Internal	PAO	

pdf

This work by Simon Cicero was originally inspired by the Business Model Generation Canvas by Alex Osterwalder (<https://www.businessmodelgeneration.com>) and is licensed under the Creative Commons Attribution Share Alike 4.0 International license. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

CC

BY

SA

4.0

Gambar 5.22 The Transaction Board Lamudi 1

THE TRANSACTIONS BOARD  
PLATFORM DESIGN TOOLKIT 2.0

notes

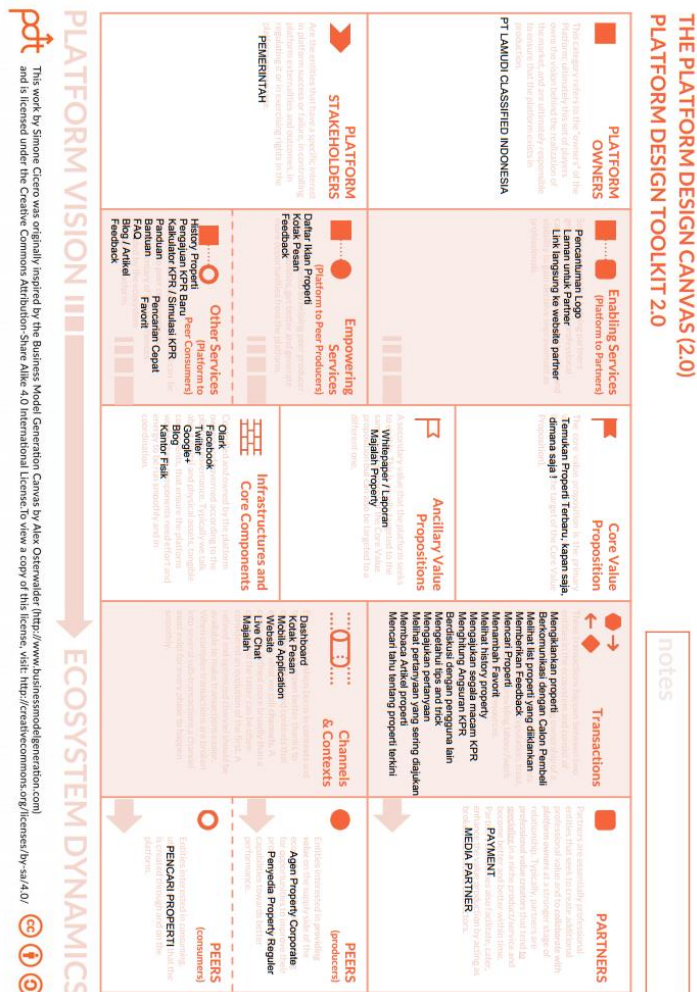
E1	Transaction/ Interaction	E2	Currency/ Value Unit	Channel or Context	Notes
Pencari Properti	Membaca Artikel Properti	Lamudi	Informasi	Jurnal/Blog	
Pencari Properti	Mencari tahu tentang properti terkini	Lamudi	Informasi	White Paper / Majalah	
Penyedia Properti	Mempromosikan Properti	Lamudi	Informasi	Website	
Penyedia Properti	Melihat list Properti yang di pasaran	Lamudi	Informasi	Website	
Pencari properti	Melihat history properti	Lamudi	Informasi	Website	
Penyedia Properti	Berkomunikasi dengan calon pembeli	Pencari properti	Informasi	Chat on Website	
Penyedia properti	Memberikan feedback	Lamudi	Informasi	Kotak Pesan / Tanggapan	

Gambar 5.23 The Transaction Board Lamudi 2



### 5.4.4 The Platform Design Canvas Lamudi

Pada bagian ini merupakan hasil ringkasan seluruh entitas yang dipertakan berdasarkan kebutuhannya. Gambar 5.24 ini merupakan hasil pemetaan setiap entitas di *The Platform Design Canvas*:



Gambar 5.24 The Platform Design Canvas Lamudi

## 5.5 Rumahku

### 5.5.1 *The Ecosystem Canvas* Rumahku

Pada *canvas* ini berisi entitas yang dipetakan kedalam beberapa peran, yaitu *stakeholder*, *peer consumers*, *peer producers*, *partner*, dan *owner*. Pada rumahku.com yang menjadi *stakeholder* ialah pemerintah. Kemudian, pada *Peer consumers* terdapat pencari *property*. Rumahku.com memiliki 2 entitas pada *peer producers* yaitu agen *property corporate* dan penyedia *property* reguler. Dapat dilihat bahwa terdapat penyedia *property* reguler, sehingga pencari *property* pun bisa berperan sebagai penyedia *property* reguler.

Untuk *partners*, rumahku.com bekerjasama dengan bank dan media partner. Bank disini, rumahku.com hanya bekerjasama dengan bank BTN. Dan untuk media partner, rumahku.com bekerjasama dengan beberapa media masa *online*. Peran media masa disini ialah mempublikasikan berita-berita terkait dengan rumahku.com. Untuk *owners* sendiri, di pegang oleh PT. Naga Langit sebagai penanggungjawab atas keberadaan *platform* rumahku.com. Gambar 5.25 merupakan hasil pemetaan pada *the ecosystem canvas* rumahku.



### 5.5.2 *The Ecosystem Motivations Matrix*

Pada *canvas* ini, berisi dorongan dari setiap entitas untuk bergabung dengan suatu *platform*. Pada rumahku.com ini, entitas yang terlibat ialah media partner dan *payment* sebagai *partner*. Kemudian, untuk *peer producers* dibagi menjadi dua bagian, yaitu agen *property* dan penyedia *property*. Perbedaan dapat dilihat karena agen *property* disini ialah agen *property corporate* dimana agen *property* ini merupakan profil berbayar, sehingga motivasi atau dorongan dari entitas ini sedikit berbeda dari yang lain. Untuk *peer consumers*, terdapat pencari *property*.

Dapat dilihat pada Gambar 5.26, bahwa motivasi *payment* bergabung dengan *platform* rumahku.com ialah dapat memperluas jaringan pelanggan dan meningkatkan reputasi. Hal ini dikarenakan, rumahku.com merupakan situs yang dapat diakses oleh siapa saja. Sehingga, bank yang bergabung dengan rumahku.com berpeluang untuk memperluas jaringan pelanggannya. Selain itu, bank *partner* ini juga berpeluang untuk meningkatkan transaksi, apabila ada pengguna rumahku.com ini tertarik dengan penawaran yang diberikan oleh bank tersebut.

Untuk media partner, ada beberapa motivasi yang mendorong sebuah media partner bergabung dengan *platform* rumahku.com. Faktor pendorong dari bergabungnya media partner ialah media partner berkesempatan untuk meningkatkan *traffic* pembaca, dan memperluas jaringan pelanggan. Selain itu juga dapat meningkatkan reputasi dari suatu media partner, karena rumahku.com dapat diakses oleh siapapun.

Untuk agen *property*, di rumahku.com, merupakan agen *property corporate*. Agen *property* ini merupakan agen *property* dengan profil yang berbayar. Sehingga tidak sembarangan orang dapat menjadi agen *property*. Motivasi atau dorongan agen *property* bergabung dengan rumahku.com ialah adanya peluang untuk mendapatkan keuntungan, menambah relasi, meningkatkan reputasi juga mempermudah penjualan

*property*. Agen *property* dapat dengan mudah menjual *property* nya hanya dengan mengiklankan secara *online*, dan menunggu apabila terdapat pencari *property* yang tertarik dengan *property* yang ditawarkan. Selain itu, agen *property* juga memberikan kemudahan dan pilihan bagi pencari *property*.

Penyedia *property* disini ialah perseorangan yang mempunyai *property* yang ingin diiklankan. Penyedia *property* ini bersifat independen, sehingga tidak bergantung pada perusahaan pengembang atau suatu agen *property*. Pencari *property*-pun dapat berperan sebagai penyedia *property*, jika ingin mengiklankan *property* yang dipunya. Sehingga, motivasi penyedia *property* bergabung dengan *platform* rumahku.com salah satu nya ialah mudah dalam melakukan penjualan *property*, dan tidak membutuhkan modal. Hal ini dikarenakan, apabila bergabung menjadi penyedia *property* maka tidak dikenakan biaya, namun dengan konsekuensi yaitu tidak ada nya iklan di halaman utama dari laman rumahku.com.

Untuk pencari *property*, ada beberapa motivasi yang menjadi pendorong untuk bergabung dengan *platform* rumahku.com. Rumahku.com memberikan fasilitas kemudahan dalam pencarian *property* sesuai dengan keinginan pencari *property*. Selain itu, juga terdapat simulasi KPR untuk menghitung KPR sebelum mengajukan KPR. Pencari *property* ini juga berpotensi sebagai penyedia *property*, apabila pencari *property* ini memiliki *property* yang ingin diiklankan.

## THE ECOSYSTEM'S MOTIVATIONS MATRIX PLATFORM DESIGN TOOLKIT 2.0

notes

gives to		entity	Media Partner	Agan Properti	Penyedia Properti	Pencari Properti
Payment	entity	Memperluas jaringan pelanggan Menyediakan jumlah transaksi		Mempermudah Pembayaran	Mempermudah Pembayaran	
	Pa	Memperluas jaringan pelanggan Menyediakan jumlah transaksi				
Media Partner	entity	Menjaring leads baru berbasis trafik pembayaran dan replasi sebuah bank	Memperluas keuntungan Menyediakan trafik pembaca Memperluas jaringan pembaca Memperluas replasi			
	Pa	Menjaring leads baru berbasis trafik pembayaran dan replasi sebuah bank				
Agan Properti	entity	Memperluas peluang dalam transaksi pembayaran		Memperluas keuntungan Menambah relasi Memperluas replasi Memperluas penjualan properti	Memperluas peluang untuk mendapat profit	Memperluas peluang untuk mendapat profit
	Pa	Memperluas peluang dalam transaksi pembayaran				
Penyedia Properti	entity			Memperluas keuntungan	Memperluas jaringan pelanggan Memperluas penjualan properti	Memperluas relasi
	Pa					
Pencari Properti	entity	Memperluas peluang dalam transaksi pembayaran			Memperluas relasi	Memperluas peluang untuk mendapat profit
	Pa	Memperluas peluang dalam transaksi pembayaran				

☐ What could the entity on the vertical axis on the left give to the entity on the horizontal axis on top?

☐ Advantages in participating in the ecosystem (needs, opportunities) through the platform



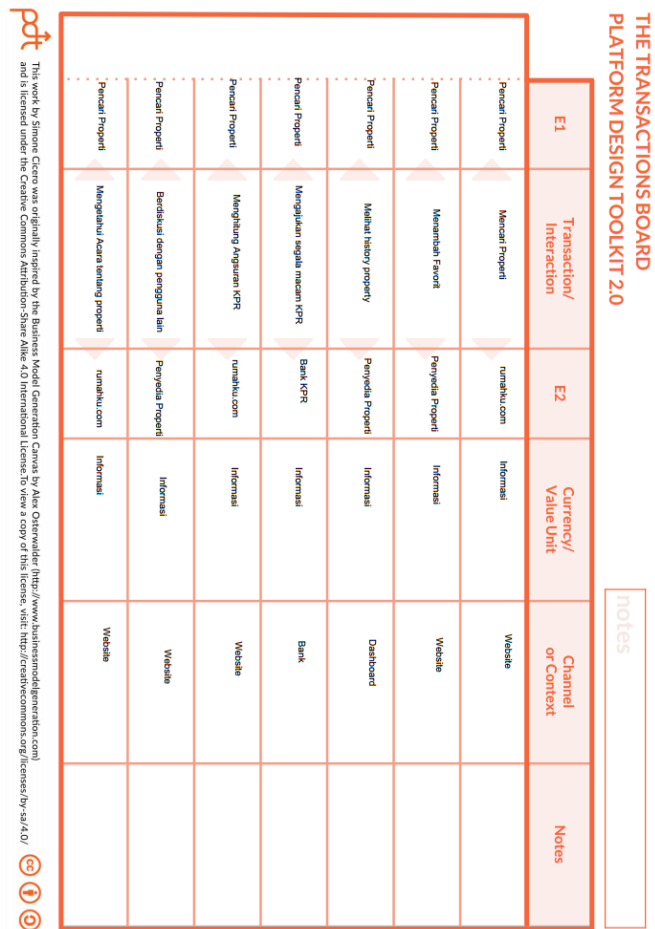
This work by Simone Cicero was originally inspired by the Business Model Generation Canvas by Alex Osterwalder (<http://www.businessmodelgeneration.com>) and is licensed under the Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International license to view a copy of this license, visit: <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>



Gambar 5.26 The Ecosystem Motivations Matrix Rumahku

5.5.3 The Transactions Board Rumahku

Pada *canvas* ini berisi transaksi yang terjadi antar entitas, baik *partner*, *peer consumers*, maupun *peer producers*. Nilai yang menjadi luaran dari transaksi ini dapat berupa uang, informasi, maupun reputasi. **Gambar 5.27** dan **Gambar 5.28** merupakan hasil pemetaan.



Gambar 5.27 The Transactions Board Rumahku 1



Gambar 5.28 The Transactions Board Rumahku 2



**Gambar 5.29 The Platform Design Canvas Rumahku**

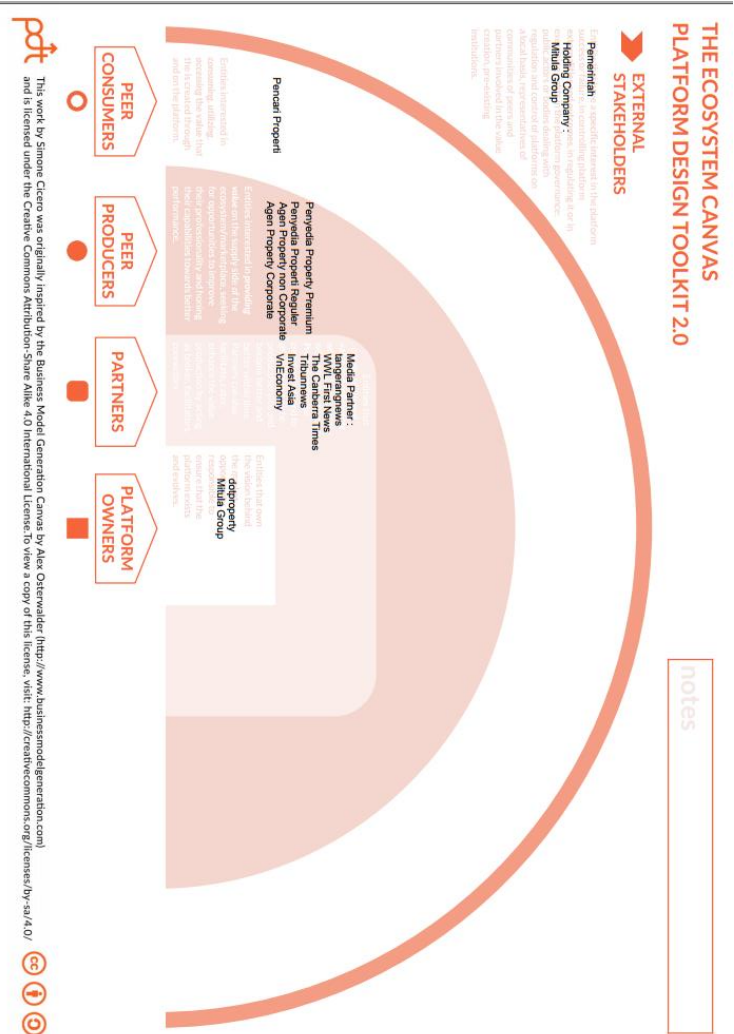
## 5.6 DotProperty

### 5.6.1 *The Ecosystem Canvas dotProperty*

Pemetaan dotProperty.id pada *ecosystem canvas* ini dibagi juga menjadi bagian *stakeholder*, *peer consumers*, *peer producers*, *partner* dan *owners*. Pembagian ini ditentukan berdasarkan entitas yang ada pada dotProperty.id.

Dapat dilihat bahwa *stakeholder* yang berperan dalam dotProperty.id ini ialah pemerintah dan Mitula Group. Mitula Group menjadi satu-satunya investor yang membiayai keberlangsungan *platform* dotProperty.id ini. Mitula Group mengakuisisi dotProperty.id ini pada bulan September tahun 2016.

Pada *peer consumers* terdapat penyedia *property*. Sedangkan pada *peer producers* terdapat tiga entitas, yaitu penyedia *property* reguler, agen *property premium*, agen *property corporate*, dan agen *property non-corporate*. Hal yang membedakan ketiga nya ialah peran dan profil yang membayar. Untuk penyedia *property* reguler, tidak dikenakan biaya saat ingin memasarkan iklan. Sedangkan untuk dua agen *property* yang lain merupakan profil membayar. Pada *partner* sendiri, terdapat media *partner* yang bergabung dengan dotProperty. Media *partner* ini berperan dalam mempublikasikan segala berita mengenai dotProperty. Sedangkan untuk *owners* sendiri, entitas yang mengisi ialah dotProperty sebagai penanggungjawab dan Mitula Group. **Gambar 5.30** merupakan hasil pemetaan.



Gambar 5.30 The Ecosystem Canvas dotProperty

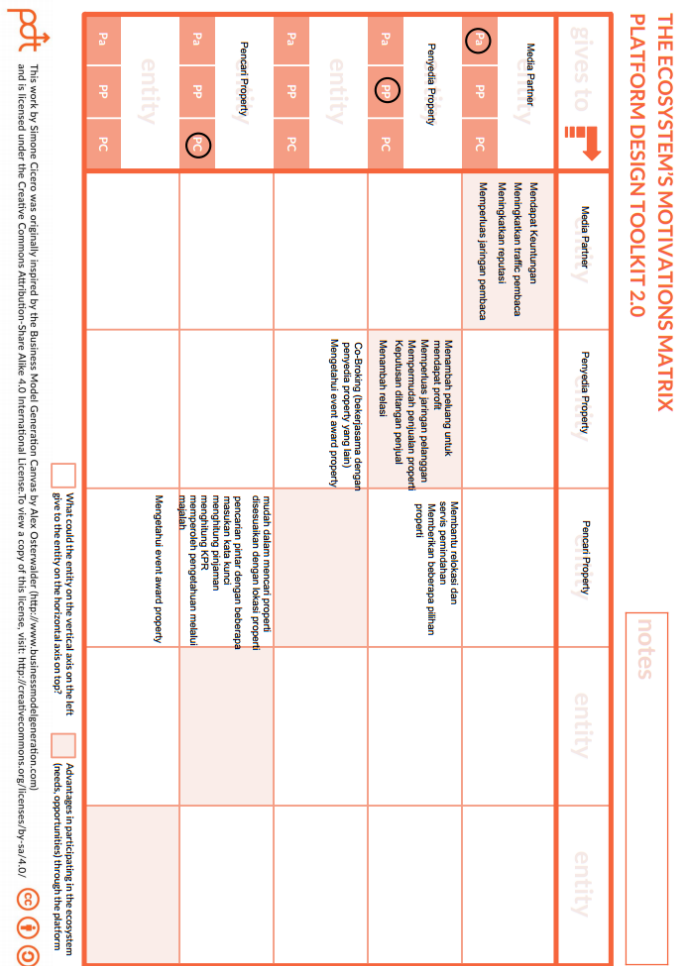
### 5.6.2 *The Ecosystem Motivations Matrix* dotProperty

Pada bagian ini merupakan faktor-faktor pendorong semua entitas untuk bergabung dengan dotProperty. Pada Gambar 5.31 dapat dilihat bahwa *partner* yang berperan ialah media partner. Kemudian untuk *peer producers* ialah penyedia *property* dan *peer consumers* ialah pencari *property*. Media partner bergabung dengan dotProperty ini dengan beberapa motivasi yaitu mendapat keuntungan, meningkatkan *traffic* pembaca, meningkatkan reputasi, dan memperluas jaringan pembaca. Pengunjung dari dotProperty cukup banyak dan beragam, sehingga motivasi tersebut muncul dari media partner.

Bagian *peer producers*, terdapat beberapa keuntungan yang didapat, seperti menambah peluang untuk mendapatkan profit, memperluas jaringan pelanggan, mempermudah penjualan *property*, keputusan ditangan penjual, menambah relasi, dapat bekerjasama dengan penyedia *property* lain, dan mengetahui *event award property*. *Co-Broking* sendiri merupakan usaha dari setiap agen untuk bekerja sama dengan agen lain dalam memasarkan *property*. Hal ini menguntungkan bagi sesama agen *property*. *Event award property* sendiri merupakan acara yang dibuat oleh dotProperty untuk mengetahui *lead* dari setiap sektor atau nominasi *property*. Penyedia *property* ini juga memberikan nilai kepada pencari *property*, seperti memberikan beberapa pilihan *property*. Selain itu, dotProperty juga memberikan kemudahan bagi penyedia *property* untuk memberikan nilai kepada pencari *property* yaitu melalui bantuan relokasi dan servis pemindahan yang dapat didapatkan oleh pencari *property* atau orang-orang yang memang membutuhkan fasilitas tersebut.

Bagi *peer consumers*, dotProperty memberikan beberapa kemudahan, seperti pencarian *property* yang disesuaikan dengan lokasi, pencarian pintar dengan beberapa kata kunci, menghitung pinjaman, menghitung KPR, memperoleh pengetahuan melalui majalah, dan mengetahui *event award property*. DotProperty menyediakan majalah yang dapat

diunduh oleh siapa pun yang tertarik dengan dunia *property*, berisi mengenai berita dan *tips and trick property* masa kini. Kemudian, untuk *event award property*, dotProperty menyelenggarakan nya dengan tujuan untuk mencari pengembang, proyek, agen dan perusahaan dengan sektor *property* pada tingkat partisipasi dan minat yang tinggi[15]



Gambar 5.31 The Ecosystem Motivations Matrix dotProperty

5.6.3 The Transactions Board dotProperty

Gambar 5.32, Gambar 5.33, Gambar 5.34, merupakan hasil pemetaan dotProperty, pada *the transactions board*.

THE TRANSACTIONS BOARD PLATFORM DESIGN TOOLKIT 2.0					notes
E1	Transaction/ Interaction	E2	Currency/ Value Unit	Channel or Context	
Penyedia Properti	Menghasilkan properti secara gratis	dotProperty	Informasi	Website	
Penyedia Properti	Mengembangkan klan	dotProperty	Informasi	Website	
Penyedia Properti	Berkomunikasi dengan calon pembeli	Pencari Properti	Informasi	Website	
Penyedia Properti	Mempromosikan Profil	dotProperty	Informasi	Website	
Penyedia Properti	Mengalutui Indeks harga rumah	dotProperty	Informasi	Website	
Penyedia Properti	Melihat list property yang ditawarkan	dotProperty	Informasi	Website	
Penyedia Properti	Membuat partnership Co-Broking	dotProperty	Informasi	Website	



This work by Simone Cicero was originally inspired by the Business Model Generation Canvas by Alex Osterwalder (<http://www.businessmodelgeneration.com>) and is licensed under the Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License to view a copy of this license, visit: <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>



Gambar 5.32 The Transactions Board dotProperty1

THE TRANSACTIONS BOARD  
PLATFORM DESIGN TOOLKIT 2.0

notes					
E1	Transaction/ Interaction	E2	Currency/ Value Unit	Channel or Context	Notes
Pencari Property	Memberikan Feedback	dotProperty	Informasi	Website	
	Mencari Property	dotProperty	Informasi	Website	
	Menambah Favorite	dotProperty	Informasi	Website	
	Melihat history property	dotProperty	Informasi	Website	
	Berdiskusi dengan pengguna lain	dotProperty	Informasi	Website	
Pencari property	Mengetahui acara leasing properti	dotProperty	Informasi	Website	
Pencari property	Mengetahui tips and trick property	dotProperty	Informasi	Website	

Gambar 5.33 The Transactions Board dotProperty 2

THE TRANSACTIONS BOARD  
PLATFORM DESIGN TOOLKIT 2.0

notes					
E1	Transaction/ Interaction	E2	Currency/ Value Unit	Channel or Context	Notes
Pencari Property	Mengajukan pertanyaan	dotProperty	Informasi	Website	
Pencari Property	Melihat pertanyaan yang diajukan	dotProperty	Informasi	Website	
Pencari Property	Membaca artikel properti	dotProperty	Informasi	Website	
Pencari Property	Mencari tahu tentang artikel properti	dotProperty	Informasi	Website	
Pencari Property	Mencari tahu tentang properti terkini	dotProperty	Informasi	Website	
Pencari Property	Mendapat layanan rekayasa	dotProperty	Informasi	Website	
Pencari Property	Mudah dalam mencari properti internasional	dotProperty	Informasi	Website	

Gambar 5.34 The Transactions Board dotProperty 3





## 5.7 Platform Owners

Pada *platform owners* berisi entitas yang bertanggung jawab atas keberadaan suatu *platform*. Pada hasil *grouping* yang pertama, pemetaan dibagi menjadi 13 jenis pengelompokkan. 13 pengelompokkan tersebut antara lain yaitu jenis perusahaan, di website, kantor pusat, status dari *platform*, kepemilikan perusahaan dalam negeri, tahun berdiri suatu *platform*, usia *platform*, usia *platform* beroperasi di Indonesia, total iklan aktif, jumlah agen terdaftar, tipe bisnis, *area served*, peringkat alexa di Indonesia, dan peringkat alexa Global.

**Tabel 5.1 Grouping 1 pada Platform Owners**

Grouping Item	<i>Platform</i>	
	Rumahku.com	UrbanIndo
Jenis Perusahaan	Perseroan Terbatas	Perseroan Terbatas
Bahasa di Web	Indonesia	Indonesia, Inggris
Kantor pusat (Kantor Fisik)	Jakarta	Bandung
Status	Aktif	Aktif
Kepemilikan Perusahaan dalam Negeri	PT Naga Langit	PT Kreasi Anak Bangsa
Tahun Berdiri	2011	2011
Usia Platform beroperasi di Indonesia	6 Tahun	6 Tahun
Total iklan aktif	220576	1.225.866
Jumlah Agen Terdaftar	13000	73.369
Tipe Bisnis	Start-Up	Start-Up
Area Served	Indonesia	Indonesia

Peringkat Alexa Indonesia	3.891	890
Peringkat Alexa Global	211.714	56.353

13 jenis pengelompokkan tersebut di dapatkan pada *platform* rumahku.com dan UrbanIndo, seperti dapat dilihat pada Tabel 5.1. Pengelompokkan yang pertama ialah, **jenis perusahaan**. Jenis perusahaan ini menjelaskan bentuk dari suatu *platform*. Didapatkan bahwa kedua *platform* tersebut memiliki jenis perusahaan yang sama, yaitu Perseroan Terbatas. Sebuah *platform* secara sah memiliki jenis perusahaan perseroan terbatas atau yayasan apabila sudah disahkan oleh Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia. Pengelompokkan selanjutnya ialah Bahasa di *website*. Bahasa di *website* ini menunjukkan bahasa apa saja yang tersedia dalam suatu *website* dan ditujukan untuk siapa *website* tersebut. Pada *platform* rumahku bahasa yang tersedia ialah bahasa Indonesia, sedangkan untuk UrbanIndo, terdapat dua bahasa, yaitu bahasa Indonesia dan bahasa Inggris.

Untuk pengelompokkan selanjutnya ialah kantor pusat. Untuk rumahku, kantor fisik berada di Jakarta, sedangkan untuk UrbanIndo kantor fisik berada di Bandung. Selanjutnya ialah status *platform*, pada status *platform* ini menunjukkan apakah suatu *platform* masih aktif atau tidak. Dari hasil yang didapatkan, kedua *platform* masih aktif.

Kategori selanjutnya ialah kepemilikan perusahaan dalam negeri. Hal ini menunjukkan suatu kepemilikan perusahaan yang menaungi suatu *platform*. Rumahku dimiliki oleh PT Naga Langit, sedangkan untuk UrbanIndo dimiliki oleh PT Kreasi Anak Bangsa. Kategori selanjutnya ialah tahun berdiri dari *platform*. Kedua *platform* sama-sama berdiri pada tahun 2006. Usia platform di bagi menjadi 2, yaitu usia platform dan usia platform beroperasi di Indonesia. Kategori ini berguna untuk melihat sudah berapa lama *platform* tersebut ada dan

beroperasi di Indonesia. Dari hasil yang didapatkan, kedua-nya sama-sama berusia 6 tahun.

Kategori berikutnya ialah jumlah iklan aktif yang ada di suatu *platform*. Rumahku memiliki 220.576 iklan yang aktif, sedangkan untuk UrbanIndo, memiliki 1.219.297 iklan yang aktif. Kategori selanjutnya yaitu jumlah agen yang terdaftar di suatu *platform*. Rumahku memiliki 13.000 agen terdaftar, sedangkan untuk UrbanIndo memiliki 72.759 agen terdaftar.

Kategori selanjutnya ialah tipe bisnis, dan kedua *platform* ini merupakan sebuah *start-up* yang masih berkembang di Indonesia dan berstatus aktif. Selanjutnya ialah *area served*, dimana *area served* ini menunjukkan area operasi dari *platform*. *Area served* kedua nya ada di Indonesia, dan tidak beroperasi di luar negeri. Kategori selanjutnya ialah peringkat di Alexa *web series*. Peringkat ini menunjukkan eksistensi sebuah *website*. Untuk rumaku, peringkat Alexa di Indonesia 3.891, dan di peringkat global 211.714. Untuk UrbanIndo, peringkat di Indonesia cukup tinggi, yaitu 890, sedangkan di peringkat global 56.535.

**Tabel 5.2 Hasil Grouping 2 Platform Owners**

<b>Grouping Item</b>	<b><i>Platform</i></b>		
	<b>Rumahku.com</b>	<b>UrbanIndo</b>	<b>Lamudi Indonesia</b>
Jenis Perusahaan	Perseroan Terbatas	Perseroan Terbatas	Perseoroan Terbatas
Bahasa di Web	Indonesia	Indonesia, Inggris	Indonesia, Inggris
Kantor pusat (Kantor Fisik)	Jakarta	Bandung	Jakarta
Status	Aktif	Aktif	Aktif
Kepemilikan Perusahaan dalam Negeri	PT Naga Langit	PT Kreasi Anak Bangsa	PT Lamudi Classifieds Indonesia

Kepemilikan Perusahaan Luar Negeri	-	-	Venture Rocket Internet
Tahun Berdiri	2011	2011	2013
Usia Platform beroperasi di Indonesia	6 Tahun	6 Tahun	4 Tahun
Total iklan aktif	220576	1.225.866	263112
Jumlah Agen Terdaftar	13000	73.369	-
Tipe Bisnis	Start-Up	Start-Up	Start-Up
Area Served	Indonesia	Indonesia	Indonesia
Peringkat Alexa Indonesia	3.891	890	1.830
Peringkat Alexa Global	211.714	56.353	88.872

Setelah dilakukan *grouping* yang kedua, didapatkan kategori baru, yaitu kepemilikan perusahaan luar negeri. Kategori ini menunjukkan bahwa ada keterlibatan perusahaan luar negeri dalam suatu *platform*. Untuk kategori ini, ditemukan pada *platform* Lamudi Indonesia.

Hasil dari pemetaan *platform* selanjutnya yaitu Lamudi Indonesia, dapat dilihat pada

Tabel 5.2. Lamudi Indonesia ini memiliki jenis perusahaan Perseroan Terbatas. Kemudian untuk kategori bahasa yang disediakan Lamudi Indonesia ini ada dua bahasa, yaitu Indonesia dan Inggris. Kantor pusat atau kantor fisik Lamudi Indonesia berada di Jakarta.

Lamudi Indonesia ini merupakan *platform* yang masih aktif di Indonesia. Seperti yang sudah dijelaskan, terdapat kategori baru, yaitu kepemilikan perusahaan luar negeri, dan Lamudi Indonesia ini berada di bawah naungan Venture Rocket Internet. Untuk Lamudi sendiri, berdiri pada tahun 2013, sehingga usia *platform* tersebut sudah 4 tahun, namun untuk Lamudi Indonesia, beroperasi di Indonesia baru menginjak 3 tahun.

Total iklan aktif yang ada di Lamudi Indonesia sejumlah 263.112 iklan, namun penulis belum menemukan jumlah agen yang terdaftar di Lamudi Indonesia. Lamudi Indonesia ini juga merupakan sebuah *start-up*, seperti *platform* yang lain. *Area served* Lamudi Indonesia hanya terdapat di Indonesia. Lamudi Indonesia ini menduduki peringkat 1.830 di alexa Indonesia, dan 88.872 di peringkat alexa global.

Tabel 5.3 Hasil Grouping 3 Platform Owners

Grouping	<i>Platform</i>					
	Rumahku.com	UrbanIndo	Lamudi Indonesia	Rumah.com	Rumah123	dotProperty
Jenis Perusahaan	Perseroan Terbatas	Perseroan Terbatas	Perseroan Terbatas	Perseroan Terbatas	Tidak ditemukan	Company Group
Bahasa di Web	Indonesia	Indonesia, Inggris	Indonesia, Inggris	Indonesia	Indonesia, Inggris	Indonesia, Inggris
Markas (Kantor Fisik)	Jakarta	Bandung	Jakarta	Jakarta	Jakarta	Jakarta
Status	Aktif	Aktif	Aktif	Aktif	Aktif	Aktif
Kepemilikan Perusahaan dalam Negeri	PT Naga Langit	PT Kreasi Anak Bangsa	PT Lamudi Classifieds Indonesia	PT All Property Media	Rumah123	DotProperty Group
Kepemilikan Perusahaan Luar Negeri	-	-	Venture Rocket Internet	Property Guru Group	IProperty Group dan REA Group	Mitula Group
Tahun Berdiri	2011	2011	2013	2015	2007	2016

Usia Platform beroperasi di Indonesia	6 Tahun	6 Tahun	4 Tahun	2 tahun	10 tahun	1 tahun
Total iklan aktif	220576	1.225.866	263112	448,243	-	52,316
Jumlah Agen Terdaftar	13000	73.369	-	7829	Kurang lebih 10.000	Kurang lebih 586
Tipe Bisnis	Start-Up	Start-Up	Start-Up	Start-Up	Start-Up	Start-Up
Area Served	Indonesia	Indonesia	Indonesia	Indonesia dan Internasional	Indonesia dan Internasional	Indonesia dan Internasional
Peringkat Alexa Indonesia	3.891	890	1.830	741	869	7,915
Peringkat Alexa Global	211.714	56.353	88.872	45,738	45.079	449,471



Pada hasil *grouping* yang ketiga, dapat dilihat pada Tabel 5.3. Pada *platform* rumah.com, jenis perusahaan nya ialah perseroan terbatas. Sedangkan untuk rumah123 tidak ditemukan jenis perusahaan nya. Rumah123 ini merupakan akuisisi dari *iProperty* Group dan REA Group. Kemudian *dotProperty* merupakan *platform* yang tergabung dalam *dotProperty* Group yang tergabung dalam Mitula Group.

## 5.8 Platform Stakeholder

Pada *platform stakeholder* berisi entitas yang dapat membuat regulasi terhadap keberadaan *platform*. Setelah dilakukan *grouping* ada perspektif *stakeholder*, didapatkan 12 kategori yang ditemukan. 12 kategori ini meliputi regulator, *holding company*, investor dalam negeri, investor luar negeri, jumlah lead investor, jumlah investor, total investasi, status *funding*, tipe *funding* terbaru, komunitas penjual, komunitas pembeli, dan asosiasi *online property*. Pada Tabel 5.4 dapat dilihat bahwa UrbanIndo memiliki 3 investor dan 1 investor, dimana semua investor merupakan investor luar negeri.

**Tabel 5.4 Hasil Grouping 1 Platform Stakeholder**

Grouping	Platform
	UrbanIndo
Regulator	Pemerintah Indonesia
Investor Dalam Negeri	Tidak Ada
Investor Luar Negeri	<b>Asia Pacific Internet Group</b> , Holtzbrinck Venture, Rocket Internet, Tengelmann Ventures
Jumlah Lead Investor	1
Jumlah Investor	3
Total Investasi	\$2,000,000
Status Funding	Early Stage Venture
Tipe Funding Terbaru	Series A

Tabel 5.5 Hasil Grouping 2 Platform Stakeholder

Grouping	Platform					
	Lamudi	Rumah	Rumahku	DotProperty	UrbanIndo	Rumah123
Regulator	Pemerintah Indonesia	Pemerintah Indonesia	Pemerintah Indonesia	Pemerintah Indonesia	Pemerintah Indonesia	Pemerintah Indonesia
Holding Company	Lamudi Ltd	<i>Property</i> Guru Group	-	Mitula Group	-	REA Group Ltd
Investor Dalam Negeri	Tidak Ada	Tidak Ada	-	Tidak Ada	Tidak Ada	Tidak ada
Investor Luar Negeri	-	-	-	-	<b>East Ventures,</b> Gree Ventures, Fenox Ventures, Spiral Ventures	-

Jumlah Lead Investor	-	-	-	-	-	-
Jumlah Investor	-	-	-	-	-	-
Total Investasi	-	-	-	-	\$2,000,000	-
Status Funding	-	-	-	-	Early Stage Venture	-
Tipe Funding terbaru	-	-	-	-	Series A	-
Komunitas Penjual	-	-	-	-	Ada	-
Komunitas Pembeli	-	-	-	-	Ada	-
Asosiasi Online Property	-	-	-	-	-	ideA

Dari data yang didapatkan, hanya UrbanIndo saja yang investornya dipublikasikan. Selain itu, UrbanIndo menjadi satu-satunya *platform* yang tidak memiliki *holding company*. Hal lain yang ditemukan ialah asosiasi *online property*. *Platform* yang tergabung dalam asosiasi *online property* hanya rumah123.

## 5.9 The Partner

Pada *the Partner* ini berisi entitas *professional* yang berkolaborasi kepada *platform* untuk memberikan *value* lebih. Pada *the partners* ini didapatkan 2 kategori besar, yaitu *payment* dan media partner. Pada *platform dotProperty* dan *rumah.com*, tidak menyediakan fasilitas pembayaran. Namun, untuk media partner, *platform* tersebut memiliki 2 hasil *grouping*, yaitu *online news* dan *blog/jurnal/artikel*. *Platform* bekerjasama dengan *online news* untuk memberikan *value* mengenai berita terkini terkait dengan *platform* maupun terkait dengan berita *property* saat ini. Untuk *blog/jurnal/artikel* digunakan *platform* untuk memberikan nilai tambah berupa pengetahuan baru bagi pembacanya. Pengetahuan baru ini bisa berupa investasi *property*, *tips and trick property*, dan lain-lain. Hasil dari *grouping 1 platform* untuk *the partner* dapat dilihat pada Tabel 5.6.

**Tabel 5.6 Hasil Grouping 1 The Partners**

Grouping		Platform	
Payment		DotProperty	Rumah.com
	Payment	-	-
Media Partner			
	Online News	Ada	Ada
	Blog/Jurnal/Artikel	Ada	Ada

Tabel 5.7 Hasil Grouping 2 The Partners

Grouping		Platform			
<b>Payment</b>		<b>DotProperty</b>	<b>Rumah.com</b>	<b>Rumahku.com</b>	<b>Rumah123</b>
	KPR/Cicilan	-	-	KPR BTN	KPR Mandiri, KPR BNI, KPR BRI, KPR BCA,dan KPR BTN
<b>Media Partner</b>					
	Online News	Ada	Ada	Ada	Ada
	Blog/Jurnal/Artikel	Ada	Ada	Ada	Ada

Pada Tabel 5.7, ditemukan kategori *grouping* baru yaitu KPR/Cicilan. KPR/Cicilan ini merupakan sebuah fasilitas yang diberikan oleh suatu *platform* untuk penggunaanya, berupa penghubung antara *bank* dengan pengguna yang tertarik untuk melakukan pembelian *property* dengan media KPR/Cicilan.

Untuk *grouping* terakhir, terdapat kategori baru yang muncul, yaitu visa, *master card*, media transfer, doku, dan *virtual account*. Kelima kategori tersebut muncul pada *platform* UrbanIndo. Kelima kategori tersebut digunakan untuk pembayaran koin yang disediakan UrbanIndo bagi pengguna nya dalam bertransaksi di UrbanIndo. Hasil pemetaan *grouping 3 the Partners* dapat dilihat pada Tabel 5.8.

Tabel 5.8 Hasil Grouping 3 The Partners

Grouping		Platform					
Payment		DotProperty	Rumah.com	Rumahku	Rumah123	Lamudi	UrbanIndo
	KPR/Cicilan	-	-	KPR BTN	KPR Mandiri, KPR BNI, KPR BRI, KPR BCA, dan KPR BTN	KPR Mandiri dan KPR BCA	DBS, Maybank, Bank Muamalat, CIMB Niaga, BFI, Panin Dubai
	Visa	-	-	-	Ada	-	Ada
	Master Card	-	-	-	-	-	Ada
	Media Transfer	-	-	-	-	-	Ada
	Doku	-	-	-	-	-	Ada

	Virtual Account	-	-	-	-	-	Ada
<b>Media Partner</b>							
	Online News	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
	Blog/Jurnal/Artikel	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada

### 5.10 The Peers

*The Peer* dikelompokkan menjadi dua kategori besar, yaitu *peer producers* dan *Peer consumers*. *Peer producers* merupakan entitas yang menyediakan *value* dari persediaan *ecosystem* dari sebuah *platform*. Sedangkan, *Peer producers* ialah entitas yang memanfaatkan, menggunakan, dan mendapatkan *value* dari keberadaan suatu *platform*.

*Tabel 5.9 Hasil Grouping 1 The Peer*

Grouping		Platform
<b>Peer Producers</b>		<b>Rumah123</b>
	Agen Corporate	Ada
	Agen Non-Corporate	Ada
<b>Peer Consumers</b>		
	Pencari <i>Property</i> /Pembeli <i>Property</i>	Ada

Pada hasil *grouping* yang pertama, pada *Peer producers*, ditemukan dua pecahan, yaitu agen *corporate* dan agen *non-corporate*. Agen *corporate* merupakan agen-agen yang bernaung pada sebuah *developer property* atau perusahaan *property*. Sedangkan untuk agen *non-corporate* merupakan agen *professional*, tidak bernaung atau berasal dari *developer property*. Sehingga, siapapun dapat menjadi agen *non-corporate*. Hasil *grouping 1 the Peer* dapat dilihat pada Tabel 5.9. Platform rumah123 menyediakan wadah bagi agen *corporate* dan agen *non-corporate* sebagai *Peer producers*. Untuk *Peer consumer*, terdapat pencari *property*/pembeli *property* sebagai entitasnya.



Tabel 5.10 Hasil Grouping 2 The Peer

Grouping		Platform					
Peer Producers		Rumah123	Lamudi	dotProperty	UrbanIndo	Rumahku	Rumah.com
	Agen Corporate	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
	Agen Non-Corporate	Ada	-	Ada	Ada	Ada	Ada
	Penyedia <i>Property</i> Regular	-	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
	Penyedia <i>Property</i> Premium	-	-	-	Ada	Ada	Ada
Peer Consumers							
	Pencari <i>Property</i> /Pembeli <i>Property</i>	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada

Tabel 5.10 merupakan hasil *grouping* 2 dari *the Peer*. Dari hasil *grouping* muncul kategori baru, yaitu penyedia *property reguler* dan penyedia *property premium*. Penyedia *property reguler* merupakan *penyedia property* yang siapa saja dapat bergabung. Sehingga, pengguna dari suatu *platform* dapat menjadi *penyedia property*, asalkan memang bertujuan untuk memasarkan *property* yang dipunya. Untuk penyedia *property premium*, merupakan penyedia *property* yang siapa saja dapat bergabung. Perbedaan antara penyedia *property reguler* dan penyedia *property premium* ialah penyedia *property premium* ini merupakan akun berbayar, dan memang mendapatkan fasilitas yang lebih di suatu *platform*. UrbanIndo, rumahku, dan rumah.com merupakan *platform* yang menyediakan seluruh *Peer*, baik *Peer producers* maupun *Peer consumers*.

## 5.11 Services

*Services* merupakan layanan yang diberikan dimana *platform* membantu *partner* dan/atau *peers* untuk menciptakan *value*. *Service* ini dibagi menjadi 3 bagian, yaitu *enabling service*, *empowering service*, dan *other service*.

### 5.11.1 Enabling Services

*Enabling Service* merupakan layanan yang berguna untuk membantu *partner* dalam menciptakan *value*. Pada Tabel 5.11 merupakan hasil dari *grouping 1* pada *enabling service*. Kategori yang muncul pada *grouping 1* ini ialah *link* langsung ke *website partner*. *Link* langsung ke *website partner* ini merupakan fasilitas yang diberikan oleh *platform* bagi *partner*. Kategori selanjutnya yang muncul ialah menyediakan situs *property* internasional. Kategori ini memberikan nilai tambah bagi suatu *platform* dalam memberikan layanan bagi penggunanya. Dapat dilihat pada Tabel 5.11, bahwa yang menyediakan kedua kategori tersebut ialah *platform* rumah123.

Tabel 5.11 Hasil Grouping 1 Enabling Services

Grouping		Platform
Enabling Services		Rumah123
	Link Langsung ke Website Partner	Ada
	Menyediakan Situs <i>property</i> internasional	Ada

Pada *grouping* 2 muncul kategori baru yaitu menyediakan layanan relokasi. Layanan relokasi ini merupakan layanan yang diberikan kepada pengguna yang ingin berpindah lokasi hunian. Layanan ini merupakan layanan yang ada di *dotProperty.com*. Hasil dari *grouping* 2 dapat dilihat pada Tabel 5.12.

Tabel 5.12 Hasil Grouping 2 Enabling Services

Grouping		Platform	
Enabling Services		Rumah123	<i>dotProperty</i>
	Link Langsung ke Website Partner	Ada	-
	Menyediakan Situs <i>property</i> internasional	Ada	Ada
	Menyediakan servis relokasi	-	Ada

Kategori yang muncul selanjutnya, dapat dilihat pada Tabel 5.13, yaitu pencantuman logo *partner* dan laman untuk *partner*.

Kategori ini muncul pada *platform* UrbanIndo, Lamudi, rumahku, dan rumah.com.

**Tabel 5.13 Hasil Grouping 3 Enabling Services**

Grouping		Platform					
Enabling Services		Rumah123	dotProperty	UrbanIndo	Lamudi	Rumahku	Rumah.com
	Link Langsung ke Website Partner	Ada	-	Ada	Ada	Ada	Ada
	Menyediakan Situs <i>property</i> internasional	Ada	Ada	-	-	-	Ada
	Menyediakan servis relokasi	-	Ada	-	-	-	-
	Pencantuman Logo Partner	-	-	Ada	Ada	Ada	Ada
	Laman untuk Partner	-	-	Ada	Ada	Ada	Ada

### 5.11.2 Empowering Service

*Empowering Services* merupakan layanan yang berguna untuk membantu *peer producers* dalam memulai transaksi. Pada Tabel 5.14 terdapat tiga kategori yang muncul. *Empowering service* yang pertama ialah daftar iklan *property* yang merupakan daftar iklan *property* yang dapat dilihat oleh pengguna. Kategori kedua ialah kotak pesan yang merupakan media bagi *peer producers* dan *peers consumers* untuk

berkomunikasi. Kategori ketiga yaitu *feedback* yang merupakan media bagi *peer producers* maupun *peers consumers* dalam memberikan kritik maupun saran bagi sebuah *platform*. Ketiga kategori ini muncul pada *platform* lamudi.

**Tabel 5.14 Hasil Grouping 1 Empowering Services**

Grouping		Platform
Empowering Services		Lamudi
	Daftar Iklan <i>Property</i>	Ada
	Kotak Pesan	Ada
	Feedback	Ada

Pada Tabel 5.15 hasil *grouping* 2, kategori yang muncul ialah layanan premium. Layanan Premium ini digunakan untuk *peer producers* untuk mendapatkan fasilitas tambahan dari sebuah *platform*, dan layanan premium ini merupakan akun berbayar.

**Tabel 5.15 Hasil Grouping 2 Empowering Services**

Grouping		Platform		
Empowering Services		Lamudi	Rumah123	Rumah
	Daftar Iklan <i>Property</i>	Ada	Ada	Ada
	Kotak Pesan	Ada	Ada	Ada
	Feedback	Ada	Ada	Ada
	Layanan Premium	-	Ada	Ada

Pada hasil *grouping* 3 *empowering service* kategori yang muncul ialah analisis iklan. Analisis iklan merupakan sebuah

fasilitas yang diberikan oleh suatu *platform* bagi *peer producers* untuk melihat *progress property* yang diiklankan. Analisis ini seperti jumlah pengunjung yang melihat *property* yang diiklankan. Kategori ini muncul di *platform* rumahku. Hasil *grouping 3 empowering service* dapat dilihat pada Tabel 5.16.

**Tabel 5.16 Hasil Grouping 3 Empowering Services**

Grouping		Platform			
Empowering Services		Lamudi	Rumah123	Rumah.com	Rumahku
	Daftar Iklan Property	Ada	Ada	Ada	Ada
	Kotak Pesan	Ada	Ada	Ada	Ada
	Feedback	Ada	Ada	Ada	Ada
	Layanan Premium	-	Ada	Ada	-
	Analisis Iklan				Ada

**Tabel 5.17 Hasil Grouping 4 Empowering Services**

Grouping		Platform				
Empowering Services		Lamudi	Rumah123	Rumah.com	Rumahku	DotProperty
	Daftar Iklan Property	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
	Kotak Pesan	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
	Feedback	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada

	Layanan Premium	-	Ada	Ada	-	-
	Analisis Iklan	-	-	-	Ada	Ada
	Indeks Harga Rumah	-	-	-	-	Ada
	Co-Broking	-	-	-	-	Ada

Pada Tabel 5.17 dapat dilihat bahwa kategori baru yang muncul ialah indeks harga rumah dan *co-broking*. Indeks harga rumah merupakan perhitungan rata-rata dari harga rumah di Indonesia dan berbagai kota di Indonesia. Manfaat dari indeks harga rumah ini ialah sebagai bahan pengetahuan dalam mesarkan *property* yang dikelola. Indeks harga rumah ini ada di *platform* rumahku dan *dotProperty*. Kategori selanjutnya ialah *co-broking*, yang merupakan kesepakatan antara dua agen, perusahaan pialang atau individu untuk berbagi daftar *property* untuk keuntungan bersama. Layanan *co-broking* ini hanya terdapat di *dotProperty*.

**Tabel 5.18 Hasil Grouping 5 Empowering Services**

Grouping		Platform					
Empowering Services		Lamudi	Rumah123	Rumah.com	Rumahku	DotProperty	UrbanIndo
	Daftar Iklan <i>Property</i>	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
	Kotak Pesan	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada

	Feedback	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
	Layanan Premium	-	Ada	Ada	-	-	Ada
	Analisis Iklan	-	-	-	Ada	Ada	Ada
	Indeks Harga Rumah	-	-	-	-	Ada	Ada
	Co-Broking	-	-	-	-	Ada	-
	Profil Calon Pembeli Anda	-	-	-	-	-	Ada
	Koin Premium	-	-	-	-	-	Ada

Kategori yang muncul selanjutnya ialah profil calon pembeli anda dan koin premium. Kedua kategori ini muncul pada *platform* urbanIndo. Kategori profil calon pembeli merupakan layanan bagi penyedia *property* untuk melihat calon pembeli yang tertarik dengan *property* yang ditawarkan. Kemudian untuk koin premium merupakan layanan yang diberikan UrbanIndo untuk penggunaanya. Pemetaan hasil *grouping* dapat dilihat pada Tabel 5.18.

### 5.11.3 Other Services

*Other services* merupakan layanan yang berguna untuk membantu *consumers* dalam memulai transaksi. Pada Tabel 5.19 ialah hasil *grouping 1 other services*. Kategori pertama ialah pencarian cepat yang merupakan pencarian yang memudahkan pengguna dalam mencari *property* yang diinginkan. Kategori kedua ialah *favorit* yaitu kemudahan yang diberikan untuk pengguna dalam menambah *property* yang diinginkan menjadi *favorite*. Kategori selanjutnya ialah *history*



*property*, pada *history property* ini memudahkan pengguna dalam melihat kembali *property* yang pernah dilihat. Kemudian, kalkulator KPR. Kalkulator KPR ini memudahkan pengguna apabila ingin menghitung pinjaman yang ingin diajukan. Kategori selanjutnya ialah acara, dimana acara ini pengguna dapat mengetahui acara mengenai *property*. Kemudian terdapat *awards events* yang merupakan salah satu fasilitas yang diberikan *platform* bagi pengguna untuk mengetahui *developer* terbaik. Kategori selanjutnya ialah blog/artikel yang memberikan pengetahuan bagi penggunaannya. Majalah *property* juga memberikan pengetahuan *property* bagi pengguna.

**Tabel 5.19 Hasil Grouping 1 Other Services**

Grouping		Platform
Other Services		DotPeoperty
	Pencarian Cepat	Ada
	Favorit	Ada
	History <i>Property</i>	Ada
	Acara	Ada
	Awards Events	Ada
	Blog/Artikel	Ada
	Feedback	Ada
	Majalah <i>Property</i>	Ada

**Tabel 5.20 Hasil Grouping 2 Other Services**

Grouping		Platform	
Other Services		DotProperty	rumahku
	Pencarian Cepat	Ada	Ada
	Favorit	Ada	Ada
	History <i>Property</i>	Ada	Ada

	Kalkulator KPR/Simulasi KPR	Ada	Ada
	Acara	Ada	-
	Awards Events	Ada	-
	Blog/Artikel	Ada	Ada
	Feedback	Ada	Ada
	Majalah <i>Property</i>	Ada	-
	Pengajuan KPR Baru	-	Ada
	Panduan	-	Ada
	Bantuan	-	Ada

Pada Tabel 5.20 merupakan hasil *grouping 2 other services*. Kategori yang muncul pada pada *grouping 2* ini ialah pengajuan KPR. Pengajuan KPR ini merupakan fasilitas dari sebuah *platform* untuk menghubungkan pengguna dengan bank, sehingga memudahkan pengguna dalam mengajukan KPR. Kategori lain yang muncul ialah panduan yang merupakan layanan yang diberikan *platform* untuk memberikan panduan kepada pengguna. Selanjutnya ialah bantuan, dimana pengguna dapat melihat dan menanyakan sesuatu terkait dengan *platform* yang pengguna tidak paham.

Tabel 5.21 Hasil Grouping 3 Other Services

Grouping		Platform		
Other Services		<i>DotProperty</i>	<i>rumahku</i>	<i>Rumah.com</i>
	Pencarian Cepat	Ada	Ada	Ada
	Favorit	Ada	Ada	Ada
	History <i>Property</i>	Ada	Ada	Ada
	Kalkulator KPR/Simulasi KPR	Ada	Ada	Ada
	Acara	Ada	-	-
	Awards Events	Ada	-	-
	Blog/Artikel	Ada	Ada	Ada
	Feedback	Ada	Ada	Ada
	Majalah <i>Property</i>	Ada	-	-
	Pengajuan KPR Baru	-	Ada	-
	Panduan	-	Ada	Ada
	Bantuan	-	Ada	Ada
	Cari melalui Peta	-	-	Ada
	Pencarian dengan Iklan	-	-	Ada

Pada Tabel 5.21 merupakan hasil *grouping* dari *Other Services*. Kategori yang muncul pada *other services* ini ialah cari melalui peta dan pencarian dengan iklan. Kemudian kategori untuk pencarian dengan iklan, hal ini memudahkan pengguna untuk mencari *property* dengan cara mengiklankan *property* yang diinginkan.

**Tabel 5.22 Hasil Grouping 4 Other Services**

<b>Grouping</b>		<b>Platform</b>					
<b>Other Services</b>		<b>DotProperty</b>	<b>rumahku</b>	<b>Rumah.com</b>	<b>Lamudi</b>	<b>Rumah123</b>	<b>UrbanIndo</b>
	Pencarian Cepat	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
	Favorit	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
	History <i>Property</i>	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
	Kalkulator KPR/Simulasi KPR	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
	Acara	Ada	-	-	-	Ada	Ada
	Blog/Artikel	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
	Feedback	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
	Pengajuan KPR Baru	-	Ada	-	Ada	Ada	Ada
	Panduan	-	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
	Bantuan	-	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
	Cari melalui Peta	-	-	Ada	-	Ada	Ada

	Pencarian dengan Iklan	-	-	Ada	-	-	Ada
	Komunitas	-	-	-	-	-	Ada
	FAQ	-	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada

Pada Tabel 5.22, merupakan hasil *grouping* 4 *Other Services*. Kategori yang muncul ialah analisis *property* dan komunitas

## 5.12 Transaction

*Transaction* merupakan aksi yang dilakukan antara *peer producers/peers consumers* atau *partners* untuk mendapatkan *value*. Tabel 5.23 hasil dari *grouping* 1.

**Tabel 5.23 Hasil Grouping 1 Transaction**

Grouping		Platform
Transaction		Rumah.com
	Mengiklankan <i>property</i> secara gratis	Ada
	Berkomunikasi dengan Calon Pembeli	Ada
	Melihat list <i>property</i> yang diiklankan	Ada
	Memberikan Feedback	Ada
	Mencari <i>Property</i>	Ada
	Menambah Favorite	Ada
	Melihat History <i>Property</i>	Ada
	Berdiskusi dengan pengguna lain	Ada
	Mengajukan pertanyaan	Ada
	Melihat Pertanyaan yang sering diajukan	Ada

	Membaca Artikel <i>Property</i>	Ada
	Mencari tahu tentang <i>property</i> terkini	Ada

Pada *grouping 1* the transaction ini kategori yang muncul ialah mengiklankan *property* secara gratis, berkomunikasi dengan calon pembeli, melihat list *property* yang diiklankan, memberikan feedback, mencari *property*, menambah *favorite*, melihat *history property*, berdiskusi dengan pengguna lain, mengajukan pertanyaan, melihat pertanyaan yang sering diajukan (*FAQ*). Membaca artikel *property*, dan mencari tahu tentang *property* terkini.

**Tabel 5.24 Hasil Grouping 2 Transaction**

Grouping		Platform	
Transaction		Rumah.com	Lamudi
	Mengiklankan <i>property</i> secara gratis	Ada	Ada
	Berkomunikasi dengan Calon Pembeli	Ada	Ada
	Melihat list <i>property</i> yang diiklankan	Ada	Ada
	Memberikan Feedback	Ada	Ada
	Mencari <i>Property</i>	Ada	Ada
	Menambah Favorite	Ada	Ada
	Melihat History <i>Property</i>	Ada	Ada

	Berdiskusi dengan pengguna lain	Ada	-
	Mengajukan pertanyaan	Ada	Ada
	Melihat Pertanyaan yang sering diajukan	Ada	Ada
	Membaca Artikel <i>Property</i>	Ada	Ada
	Mencari tahu tentang <i>property</i> terkini	Ada	Ada
	Mengajukan segala macam KPR	-	Ada
	Menghitung angsuran KPR	-	Ada
	Mengetahui tips and trick	-	Ada

Pada *grouping 2 the transaction*, kategori yang muncul ialah mengajukan KPR, menghitung angsuran KPR, dan mengetahui *tips and trick*. Ketiga kategori tersebut muncul pada *platform* Lamudi.

**Tabel 5.25 Hasil Grouping 3 Transaction**

Grouping		Platform			
Transaction		Rumah.com	Lamudi	Rumahku	Rumah123
	Mengiklankan <i>property</i> secara gratis	Ada	Ada	Ada	-
	Berkomunikasi dengan Calon Pembeli	Ada	Ada	Ada	Ada

	Melihat list <i>property</i> yang diiklankan	Ada	Ada	Ada	-
	Memberikan Feedback	Ada	Ada	Ada	Ada
	Mencari <i>Property</i>	Ada	Ada	Ada	Ada
	Menambah Favorite	Ada	Ada	Ada	Ada
	Melihat History <i>Property</i>	Ada	Ada	Ada	Ada
	Berdiskusi dengan pengguna lain	Ada	-	-	Ada
	Mengajukan pertanyaan	Ada	Ada	Ada	Ada
	Melihat Pertanyaan yang sering diajukan	Ada	Ada	Ada	Ada
	Membaca Artikel <i>Property</i>	Ada	Ada	Ada	Ada
	Mencari tahu tentang <i>property</i> terkini	Ada	Ada	Ada	Ada
	Mengajukan segala macam KPR	-	Ada	Ada	Ada
	Menghitung angsuran KPR	-	Ada	Ada	Ada
	Mengetahui tips and trick	-	Ada	Ada	Ada
	Mengevaluasi Iklan	-	-	Ada	-
	Mengetahui Acara tentang <i>Property</i>	-	-	Ada	Ada
	Membandingkan antar dua atau lebih <i>property</i>	-	-	-	Ada
	Mudah dalam mencari <i>property</i> internasional	Ada	-	-	Ada

Pada **Tabel 5.25** merupakan hasil *grouping 3* dari *the transaction*. Kategori baru yang muncul ialah pengguna dapat mengetahui acara tentang *property*, pengguna juga dapat mengevaluasi iklan. Selain itu, pengguna dapat



membandingkan antar dua atau lebih *property*. Kemudian, kategori yang muncul ialah kemudahan dalam mencari *property* internasional.

Hasil *grouping 4* terdapat pada Tabel 5.26. Pada hasil *grouping 4* ini, kategori baru yang muncul ialah pengguna dapat melakukan promosi *profile* yang dimiliki. Selain itu pengguna dapat mengetahui indeks harga, serta membuat *partnership co-broking*.

**Tabel 5.26 Hasil Grouping 4 Transaction**

Grouping		Platform				
Transaction		Rumah.com	Lamudi	Rumahku	Rumah123	DotProperty
	Mengiklankan <i>property</i> secara gratis	Ada	Ada	Ada	-	Ada
	Berkomunikasi dengan Calon Pembeli	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
	Melihat list <i>property</i> yang diiklankan	Ada	Ada	Ada	-	Ada
	Memberikan Feedback	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
	Mencari <i>Property</i>	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
	Menambah Favorite	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
	Melihat History <i>Property</i>	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
	Berdiskusi dengan pengguna lain	Ada	-	-	Ada	Ada
	Mengajukan pertanyaan	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
	Melihat Pertanyaan yang sering diajukan	Ada	Ada	Ada	Ada	-

	Membaca Artikel <i>Property</i>	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
	Mencari tahu tentang <i>property</i> terkini	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
	Mengajukan segala macam KPR	-	Ada	Ada	Ada	-
	Menghitung angsuran KPR	-	Ada	Ada	Ada	-
	Mengetahui tips and trick	-	Ada	Ada	Ada	Ada
	Mengevaluasi Iklan	-	-	Ada	-	Ada
	Mengetahui Acara tentang <i>Property</i>	-	-	Ada	Ada	Ada
	Membandingkan antar dua atau lebih <i>property</i>	-	-	-	Ada	-
	Mudah dalam mencari <i>property</i> internasional	Ada	-	-	Ada	Ada
	Mempromosikan Profil	-	-	-	Ada	Ada
	Mengetahui Indeks Harga Rumah	-	-	-	-	Ada
	Membuat Partnership Co-Broking	-	-	-	-	Ada

Tabel 5.27 Hasil Grouping 5 Transaction

Grouping		Platform					
Transaction		Rumah.com	Lamudi	Rumahku	Rumah123	DotProperty	UrbanIndo
	Mengiklankan <i>property</i> secara gratis	Ada	Ada	Ada	-	Ada	Ada
	Berkomunikasi dengan Calon Pembeli	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
	Melihat list <i>property</i> yang diiklankan	Ada	Ada	Ada	-	Ada	Ada
	Memberikan Feedback	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
	Mencari <i>Property</i>	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
	Menambah Favorite	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
	Melihat History <i>Property</i>	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
	Berdiskusi dengan pengguna lain	Ada	-	-	Ada	Ada	Ada
	Mengajukan pertanyaan	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
	Melihat Pertanyaan yang sering diajukan	Ada	Ada	Ada	Ada	-	Ada
	Membaca Artikel <i>Property</i>	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada

	Mencari tahu tentang <i>property</i> terkini	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada	-
	Mengajukan segala macam KPR	-	Ada	Ada	Ada	-	Ada
	Menghitung angsuran KPR	-	Ada	Ada	Ada	-	Ada
	Mengetahui tips and trick	-	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
	Mengevaluasi Iklan	-	-	Ada	-	Ada	Ada
	Mengetahui Acara tentang <i>Property</i>	-	-	Ada	Ada	Ada	Ada
	Membandingkan antar dua atau lebih <i>property</i>	-	-	-	Ada	-	-
	Mudah dalam mencari <i>property</i> internasional	Ada	-	-	Ada	Ada	-
	Mempromosikan Profil	-	-	-	Ada	Ada	Ada
	Mengetahui Indeks Harga Rumah	-	-	-	-	Ada	Ada
	Membuat Partnership Co-Broking	-	-	-	-	Ada	-
	Melihat Profil Calon Pembeli	-	-	-	-	-	Ada
	Menganalisis <i>Property</i>	-	-	-	-	-	Ada
	Membeli Koin	-	-	-	-	-	Ada

Pada Tabel 5.27 merupakan hasil *grouping* ke-4 dari *the transaction*. Pada *grouping* ke-4 ini, kategori yang muncul ialah pengguna dapat melihat profil calon pembeli, menganalisis *property*, dan membeli koin. *Grouping* ke-4 ini muncul pada *platform* UrbanIndo.

### 5.13 Channel and Context

*Channel and Context* merupakan tempat dan bagaimana pertukaran *value* dilakukan dan merupakan kunci dimana *value* akan terbentuk. Pada Tabel 5.28 ini merupakan *grouping* 1 *Channel and Context*. Pada *grouping* 1 ini, kategori yang muncul ialah *website* dan kotak pesan.

**Tabel 5.28 Hasil Grouping 1 Channel and Context**

Grouping	Platform	
	Rumahku	Rumah123
Website	Ada	Ada
Kotak Pesan	Ada	Ada

Tabel 5.29 merupakan hasil *grouping* kedua dari *Channel and Context*. Kategori baru yang muncul ialah *Mobile Application*. Adanya *mobile application*, menunjukkan bahwa *platform* ini mudah untuk digunakan dimana saja, dan dapat diakses kapan saja.

**Tabel 5.29 Hasil Grouping 2 Channel and Context**

Grouping	Platform	
	Rumahku	Rumah123
Website	Ada	Ada
Kotak Pesan	Ada	Ada
Mobile Application	-	Ada

Tabel 5.30 Hasil Grouping 3 Channel and Context

Grouping	Platform		
	Rumahku	Rumah123	Rumah.com
Website	Ada	Ada	Ada
Kotak Pesan	Ada	Ada	Ada
Mobile Application	-	Ada	Ada
Dashboard	Ada	-	Ada

Pada Tabel 5.30, kategori baru yang muncul ialah *dashboard*. *Dashboard* ini merupakan tampilan yang disediakan *platform* untuk memudahkan pengguna dalam menggunakan *platform* tersebut. *Dashboard* ini berisi *profile* akun, analisis hasil dari publikasi *property*, dan lain-lain.

Tabel 5.31 Hasil Grouping 4 Channel and Context

Grouping	Platform					
	Rumahku	Rumah123	Rumah.com	UrbanIndo	Lamudi	dotProperty
Website	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
Kotak Pesan	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
Mobile Application	-	Ada	Ada	Ada	-	Ada
Dashboard	Ada	-	Ada	Ada	Ada	Ada
Live Chat	-	-	-	Ada	Ada	Ada

Tabel 5.31 merupakan hasil pemetaan *grouping keempat* dari *Channel and Context*. Dari *grouping* ini muncul kategori baru yaitu *Live Chat*. *Live Chat* ini merupakan layanan *live* yang disediakan *platform* untuk memberikan kemudahan bagi pengguna nya apabila ingin mengajukan pertanyaan dan mendapat jawaban secara langsung. Layanan ini berlangsung selama *office-hours*.

Untuk *grouping* dari *Channel and Context* dapat dilihat pada Tabel 5.32. Kategori baru yang muncul ialah Majalah Online. Majalah ini merupakan tempat *platform* memberikan pengetahuan *property* bagi penggunanya.

Tabel 5.32 Hasil Grouping 5 Channel and Context

Grouping	Platform					
	Rumahku	Rumah123	Rumah.com	UrbanIndo	Lamudi	dotProperty
Website	Rumahku.com	Rumah123.com	Rumah.com	UrbanIndo.com	Lamudi.co.id	DotProperty.id
Kotak Pesan	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
Mobile Application	-	Google Aps and Play Store	Google Aps and Play Store	Google Aps and Play Store	-	Google Aps and Play Store
Dashboard	Ada	-	Ada	Ada	Ada	Ada
Live Chat	-	-	-	Ada	Ada	Ada
Majalah	-	-	-	-	PropertyNow	dotProperty



## 5.14 Infrastructure and Core Component

*Tabel 5.33 Hasil Grouping 1 Infrastructure and Core Component*

Grouping	Platform					
	Rumahku	Rumah123	Rumah.com	UrbanIndo	Lamudi	dotProperty
Website	Rumahku.com	Rumah123.com	Rumah.com	UrbanIndo.com	Lamudi.co.id	DotProperty.id
Mobile Application	-	Google Aps and Play Store	Google Aps and Play Store	Google Aps and Play Store	-	Google Aps and Play Store

*Tabel 5.34 Hasil Grouping 2 Infrastructure and Core Component*

Grouping	Platform					
	Rumah123	Rumah.com	UrbanIndo	dotProperty	Rumaku	Lamudi
Mobile Application	Google Aps and Play Store	Google Aps and Play Store	Google Aps and Play Store	Google Aps and Play Store	-	-
Website	Rumah123.com	Rumah.com	Urbanindo.com	Dotproperty.id	Rumahku.com	Lamudi.co.id
Kantor Fisik	Jakarta	Jakarta	Bandung	Jakarta	Jakarta	Jakarta

*Infrastructure and Core Component* merupakan asset yang dimiliki dan dikontrol oleh *platform owners*. Tabel 5.33 merupakan hasil *grouping* pertama dari *infrastructure and core component*. Kategori yang muncul pada *grouping* pertama ialah *website* dan *mobile application*. Untuk *mobile application* ini berisi dimana saja *platform* dapat diunduh. Dari data yang didapat, seluruh *platform* yang menyediakan layanan *mobile application* dapat diunduh di *Google Play Store* untuk pengguna android dan *Apps Store* untuk pengguna IOS.

Pada Tabel 5.34 ditemukan kategori baru, yaitu kantor fisik dari seluruh *platform*. Kantor fisik merupakan tempat *platform* tersebut dikelola dan dijalankan.

### 5.15 Value Proposition

*Value Proposition* merupakan kegiatan yang dilakukan oleh *platform* kepada *peers* nya. Pada *value proposition* ini dibedakan menjadi 2 yaitu *core value proposition* dan *ancillary value proposition*.

#### 5.15.1 Core Value Proposition

*Core Value Proposition* merupakan layanan utama yang diberikan oleh *platform* kepada *peers consumers*-nya. Dari hasil yang ditemukan terdapat visi dan misi dari sebuah *platform*. Pada Tabel 5.35, hanya ditemukan 4 *platform* yang mencantumkan visi dan misi nya di *website*.

Untuk *platform* pertama yaitu UrbanIndo, memiliki visi dan misi yaitu menjadikan UrbanIndo sebagai situs pencarian *property* paling inovatif di Indonesia. Untuk *platform* kedua yaitu Lamudi Indonesia memiliki visi dan misi yaitu memberi kemudahan bagi konsumen lewat data-data yang lengkap. Serta kontak langsung dengan agen, *developer*, dan pemilik tanah. Lamudi Indonesia berusaha untuk memberi daftar *property* terlengkap untuk pengguna.

*Platform* ketiga yang mencantumkan visi dan misi ialah rumahku.com yaitu menjadi portal media *property* penuh inovasi dan memegang *market* serta *mind share*. Selain itu,

memberikan produk dan layanan yang terbaik serta berinovasi dalam memenuhi kebutuhan. Untuk *platform* terakhir, *dotProperty* Indonesia menyatukan pembeli *property*, penyewa, dan investor dengan penjual, penyewa, agen *real-estate* dan pengembang *property* terbaik di negeri ini.

Pada

Tabel 5.36 ditemukan kategori baru yang muncul yaitu *tagline*. *Tagline* ini juga dapat mewakili *core value proposition*. Pada *platform* UrbanIndo, memiliki *tagline* yaitu “Menemukan *property* idaman anda adalah kebanggaan kami”.

*Tagline* pada *platform* kedua ialah “Temukan *property* terbaru, kapan saja, dan dimana saja!”. Kemudian pada *platform* rumahku.com, yaitu “Kami dapat membantu memasarkan properti anda dengan akurat dan tepat sasaran”. *Tagline* yang ada pada *platform* dotProperty ialah “GO online. Cari Properti dijual atau disewa di Indonesia”. *Tagline* selanjutnya ialah pada *platform* rumah123, yaitu “Situs *property* nomor 1 di Indonesia”. *Platform* terakhir yaitu pada *platform* rumah.com, yaitu “Situs *property* terdepan di Indonesia.” Kategori kedua, yaitu *tagline* ini, ditemukan pada seluruh *platform* yang menjadi objek pada penelitian ini.

Tabel 5.35 Hasil Grouping 1 Core Value Proposition

Grouping	Platform			
	UrbanIndo	Lamudi	Rumahku.com	dotProperty
Visi dan Misi	Menjadikan UrbanIndo sebagai situs pencarian properti paling inovatif di Indonesia.	memberi kemudahan bagi konsumen lewat data-data yang lengkap serta kontak langsung dengan agen, developer, dan pemilik tanah. Kami berusaha untuk memberi daftar properti terlengkap untuk Anda.	menjadi portal media <i>property</i> penuh inovasi dan pemegang market serta mind share. Memberikan produk dan layanan yang terbaik serta berinovasi dalam memenuhi kebutuhan	Dot <i>Property</i> Indonesia menyatukan pembeli properti, penyewa dan investor dengan penjual, penyewa, agen real estate dan pengembang properti terbaik di negeri ini.

Tabel 5.36 Hasil Grouping 2 Core Value Proposition

Grouping	Platform					
	UrbanIndo	Lamudi	Rumahku.com	dotProperty	Rumah123	Rumah.com
Visi dan Misi	sesuai dengan visi dan misi kami untuk menjadikan UrbanIndo sebagai situs pencarian properti paling	memberi kemudahan bagi konsumen lewat data-data yang lengkap serta kontak langsung dengan agen, developer, dan pemilik tanah. Kami berusaha untuk memberi daftar properti	menjadi portal media <i>property</i> penuh inovasi dan pemegang market serta mind share. Memberikan produk dan layanan yang terbaik serta berinovasi dalam	Dot <i>Property</i> Indonesia menyatukan pembeli properti, penyewa dan investor dengan penjual, penyewa, agen real estate dan pengembang properti		

	inovatif di Indonesia.	terlengkap untuk Anda.	memenuhi kebutuhan	terbaik di negeri ini.		
Tagline	Menemukan Properti Idaman anda adalah kebanggaan kami	Temukan properti terbaru, kapan saja, dimana saja!	Kami dapat membantu memasarkan properti anda dengan akurat dan tepat sasaran	GO online. Cari Properti dijual atau disewa di Indonesia	situs properti nomor 1 di Indonesia	Situs properti terdepan di Indonesia

### 5.15.2 *Ancillary Value Proposition*

*Ancillary Value Proposition* merupakan layanan penunjang yang diberikan kepada *peers*. Pada Tabel 5.37 berikut ini merupakan hasil *ancillary value proposition* yang ditemukan pada beberapa *platform*.

**Tabel 5.37 Hasil Grouping Ancillary Value Proposition**

<i>Ancillary Value Proposition</i>	<i>Platform</i>	Deskripsi
Kredit Multiguna	UrbanIndo	Pinjaman berupa dana tunai dari bank dengan menjaminkan sertifikat rumah. Nominal pinjaman disesuaikan dengan taksiran nilai sertifikat yang dijaminkan
<i>Analisis Property</i>	UrbanIndo	Merupakan layanan yang diberikan suatu <i>platform</i> untuk memperkaya informasi <i>peer producers</i> pada suatu iklan.
<i>Whitepaper / Laporan</i>	Lamudi	Merupakan layanan yang diberikan <i>platform</i> bagi penggunaanya berupa pengetahuan mengenai perkembangan <i>property</i> di Indonesia
<i>Majalah property</i>	Lamudi dan dotProperty	Merupakan layanan yang diberikan <i>platform</i> untuk memberikan pengetahuan kepada penggunaanya. Majalah berisi berita <i>property</i> , investasi, hingga <i>tips and trick</i>

*Halaman ini sengaja dikosongkan*



## BAB VI HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan analisis dan pembahasan dari penelitian tugas akhir berdasarkan hasil *grouping* yang telah dilakukan pada bab sebelumnya.

### 6.1 Analisis Platform Owners

Pada *platform owners* berisi entitas yang bertanggung jawab terhadap keberadaan *platform*. Selain itu, pada *platform owners* ini juga berisi entitas-entitas yang menunjukkan keberadaan *platform*. Pada penelitian kali ini, ditemukan 14 kategori yang menunjukkan *platform owners*. Kategori tersebut ialah jenis perusahaan, bahasa di *website*, kantor pusat, status, kepemilikan perusahaan dalam negeri, kepemilikan perusahaan luar negeri, tahun beridiri, usia *platform*, usia *platform* beroperasi di Indonesia, total iklan aktif, jumlah agen terdaftar, tipe bisnis, *area served*, peringkat di Alexa global dan peringkat alexa di Indonesia. Pada Tabel 6.1 merupakan hasil pemetaan seluruh *platform online property* pada *platform owners*.

Pada kategori pertama yaitu **jenis perusahaan**, terdapat dua jenis perusahaan yaitu Perseroan Terbatas dan *Company Group*. Untuk *company group* merupakan perkumpulan dari beberapa perusahaan yang secara tidak langsung diatur oleh satu perusahaan. Dari hasil *grouping* yang telah dilakukan, ditemukan bahwa mayoritas jenis perusahaan nya ialah Perseroan Terbatas. Perseroan terbatas ialah perusahaan yang telah memiliki ijin dan disahkan oleh Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia.

Kategori yang kedua ialah **bahasa di website**. Bahasa di *website* ini menunjukkan untuk siapa *website* tersebut diperuntukkan. Bahasa *website* ini apakah untuk pengguna di Indonesia saja atau juga untuk pengguna di luar negeri. Dari hasil *grouping* terdapat 2 bahasa yang digunakan, yaitu bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Mayoritas bahasa yang digunakan suatu *website online property* di Indonesia menggunakan 2 bahasa.

Untuk kategori yang ketiga ialah **kantor pusat**. Kantor pusat ini menunjukkan dimana *platform* ini berkembang dan dijalankan. Terdapat dua kota besar di Indonesia yang menjadi kantor pusat dari seluruh *platform*. Sebagian besar kantor pusat *platform online property* di Indonesia berada di Jakarta.

Kategori selanjutnya ialah **status** dari sebuah *platform*. Dari hasil *grouping* yang didapatkan, seluruh *platform* yang menjadi objek penelitian masih berstatus aktif. Status aktif ini menandakan bahwa *platform* masih beroperasi dan masih digunakan oleh penggunanya.

Kategori selanjutnya ialah **kepemilikan perusahaan**. Terdapat dua hasil *grouping* yaitu kepemilikan perusahaan dalam negeri dan kepemilikan perusahaan luar negeri. Seluruh *platform* dimiliki oleh perusahaan dalam negeri. Sedangkan untuk kepemilikan perusahaan luar negeri, hanya ada beberapa *platform* saja, seperti Lamudi Indonesia, rumah.com, rumah123, dan dotProperty. Mayoritas *platform online property* di Indonesia terdapat kepemilikan perusahaan luar negeri.

Kategori berikutnya ialah **tahun berdiri**. Tahun berdiri ini menunjukkan kapan sebuah *platform* didirikan sehingga dapat diketahui usia sebuah *platform*. Sehingga, *platform* yang telah lama beroperasi di Indonesia ialah rumah123, selama 10 tahun. Selanjutnya rumahku dan UrbanIndo selama 6 tahun, Lamudi Indonesia selama 4 tahun, dan rumah.com selama dua tahun. Untuk *platform* termuda yang beroperasi di Indonesia ialah dotProperty.

Untuk kategori selanjutnya ialah **total iklan aktif**. Total iklan aktif ini menunjukkan jumlah iklan yang aktif disebuah *platform*. Total iklan aktif tertinggi dipegang oleh UrbanIndo yang mencapai 1.225.886 iklan aktif. Sedangkan untuk iklan terendah ialah dotProperty yang hanya memiliki 52.316 total iklan aktif. Kemudian jumlah agen terdaftar. Jumlah agen terdaftar terbanyak ialah UrbanIndo dengan 73.369 agen. Untuk terendah, ada pada dotProperty. Hal menarik ada pada

rumah123, dimana usia beroperasi rumah123 sudah mencapai 10 tahun, namun jumlah agen terdaftar pada rumah123 berjumlah kurang lebih 10.000 agen. Jumlah ini masih sangat jauh dibandingkan dengan UrbanIndo, yang usia beroperasi nya masih 6 tahun.

Kategori selanjutnya ialah **tipe bisnis**. Seluruh *platform* yang menjadi *objek* penelitian ini memiliki tipe bisnis yaitu *start-up*. Kategori selanjutnya ialah *area served*. *Area served* ini menunjukkan area beroperasi nya *platform*. Terdapat dua *area served* yang ditemukan. *Area served* yang pertama ialah Indonesia dan yang kedua ialah Indonesia dan Internasional. Hal yang menarik dari *area served* ini ialah Lamudi Indoensia. *Platform* Lamudi Indonesia merupakan platform yang kepemilikan perusahaan nya Luar Negeri. Namun, Lamudi Indoensia menjadi satu-satu nya *platform* yang memiliki *area served* di Indonesia saja.

Kategori berikutnya ialah **peringkat Alexa webseries**. Peringkat alexa *webseries* menunjukkan eksistensi sebuah *platform* yang beroperasi. Peringkat Alexa *webseries* ini dibagi menjadi dua, yaitu peringkat alexa global dan peringkat alexa di Indonesia. Untuk peringkat tertinggi di antara seluruh *platform* yang di teliti, rumah123 menjadi peringkat pertama. Sedangkan untuk peringkat terendah ada pada dotProperty. Peringkat tertinggi dan terendah ini berlaku di Indonesia maupun global.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, ditemukan bahwa usia beroperasi *platform* tidak mengindikasikan *platform* tersebut menjadi pemain besar di Indonesia. Hal tersebut dapat dilihat pada rumah123 yang telah beroperasi 10 tahun, jumlah agen *property* yang dimiliki kurang dari 10.000. Sedangkan, UrbanIndo yang mmasih berusia 6 tahun telah memiliki total iklan aktif dan jumlah agen terbanyak.

Tabel 6.1 Hasil Pemetaan dari Platform Owners

Grouping	Platform					
	Rumahku.com	UrbanIndo	Lamudi Indonesia	Rumah.com	Rumah123	dotProperty
Jenis Perusahaan	Perseroan Terbatas	Perseroan Terbatas	Perseroan Terbatas	Perseroan Terbatas	Tidak ditemukan	Company Group
Bahasa di Web	Indonesia	Indonesia, Inggris	Indonesia, Inggris	Indonesia	Indonesia, Inggris	Indonesia, Inggris
Markas (Kantor Fisik)	Jakarta	Bandung	Jakarta	Jakarta	Jakarta	Jakarta
Status	Aktif	Aktif	Aktif	Aktif	Aktif	Aktif
Kepemilikan Perusahaan dalam Negeri	PT Naga Langit	PT Kreasi Anak Bangsa	PT Lamudi Classifieds Indonesia	PT All Property Media	Rumah123	DotProperty Indonesia
Kepemilikan Perusahaan Luar Negeri	-	-	Venture Rocket Internet	Property Guru Group	IProperty Group dan REA Group	Mitula Group
Tahun Berdiri	2011	2011	2013	2015	2007	2016

Usia Platform beroperasi di Indonesia	6 Tahun	6 Tahun	4 Tahun	2 tahun	10 tahun	1 tahun
Total iklan aktif	220576	1.225.866	263112	448,243	-	52,316
Jumlah Agen Terdaftar	13000	73.369	-	7829	Kurang lebih 10.000	Kurang lebih 586
Tipe Bisnis	Start-Up	Start-Up	Start-Up	Start-Up	Start-Up	Start-Up
Area Served	Indonesia	Indonesia	Indonesia	Indonesia dan Internasional	Indonesia dan Internasional	Indonesia dan Internasional
Peringkat Alexa Indonesia	3.891	890	1.830	741	869	7,915
Peringkat Alexa Global	211.714	56.353	88.872	45,738	45.079	449,471

## 6.2 Analisis Platform Stakeholder

*Platform Stakeholder* berisi entitas yang dapat membuat regulasi dan mengatur keberadaan suatu *platform*. Pada perspektif *platform stakeholder* ini, terdapat 12 kategori yang di temukan. Dari hasil yang ditemukan, UrbanIndo satu-satunya *platform* yang memenuhi kedua belas kategori tersebut. UrbanIndo juga menjadi satu-satunya *platform online property* yang tidak memiliki *holding company*.

Dapat dilihat pada Tabel 6.2, bahwa mayoritas *platform online property* di Indonesia memiliki *holding company*. Namun, tidak ditemukan investor yang melekat pada setiap *platform*. Selain itu, dari sisi asosiasi *online property*, rumah123 menjadi satu-satunya yang tergabung dalam sebuah asosiasi, yaitu ideA. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hampir seluruh *platform online property* di Indonesia belum bergabung dengan sebuah asosiasi. UrbanIndo menjadi satu-satunya *platform* yang memiliki komunitas penjual dan pembeli. Hal ini dapat menjadi nilai tambah, bagi pengguna yang tertarik untuk bergabung dengan komunitas. Dapat disimpulkan bahwa dari perspektif *stakeholder*, *platform online property* di Indonesia bersifat tertutup.

Tabel 6.2 Hasil Pemetaan Stakeholder

Grouping	Platform					
	Lamudi	Rumah	Rumahku	DotProperty	UrbanIndo	Rumah123
Regulator	Pemerintah Indonesia	Pemerintah Indonesia	Pemerintah Indonesia	Pemerintah Indonesia	Pemerintah Indonesia	Pemerintah Indonesia
Holding Company	Lamudi Ltd	Property Guru Group	-	Mitula Group	-	REA Group Ltd
Investor Dalam Negeri	Tidak Ada	Tidak Ada	-	Tidak Ada	Tidak Ada	Tidak ada
Investor Luar Negeri	-	-	-	-	East Ventures, Gree Ventures, Fenox Ventures, Spiral Ventures	-

Jumlah Lead Investor	-	-	-	-	-	-
Jumlah Investor	-	-	-	-	-	-
Total Investasi	-	-	-	-	\$2,000,000	-
Status Funding	-	-	-	-	Early Stage Venture	-
Tipe Funding terbaru	-	-	-	-	Series A	-
Komunitas Penjual	-	-	-	-	Ada	-
Komunitas Pembeli	-	-	-	-	Ada	-
Asosiasi Online Property	-	-	-	-	-	ideA



### 6.3 Analisis The Partner

*Partners* merupakan entitas profesional yang berkolaborasi dengan *platform* untuk memberikan *value* lebih. Pada *the partners* ini dibagi menjadi 2 kategori besar, yaitu *payment* dan media partner. *Payment* merupakan tempat bagi *peers* atau pengguna untuk melakukan pembayaran. Dari hasil yang didapatkan, terdapat beberapa metode pembayaran yang dapat digunakan oleh pengguna *platform*. Kategori kedua ialah media partner. Media partner disini masih dibagi lagi menjadi 2 bagian, yaitu *online news* dan blog/artikel/jurnal. *Online news* disini berperan sebagai media pemberitaan mengenai sebuah *platform*. Peran dari *online news* juga dapat sebagai *press release* dari sebuah *platform*. Bagian kedua ialah blog/jurnal/artikel, peran dari jurnal/blog/artikel ini ialah memberikan pengetahuan bagi pengguna *platform* mengenai *property*.

Untuk kategori pertama, yaitu *payment*. Pada *payment* ini muncul kategori yang lebih kecil yaitu KPR/Cicilan. KPR/Cicilan ini berguna bagi pengguna yang ingin mengajukan pinjaman ke sebuah bank guna mendapatkan rumah yang diinginkan. KPR/Cicilan ini merupakan kredit yang digunakan untuk membeli rumah dengan jaminan/angunan berupa rumah dengan sekma pembiayaan hingga 90% dari harga rumah. Namun, dari hasil yang didapatkan, hanya 4 dari 6 *platform* yang menyediakan *payment* dalam penjualan rumah, yaitu rumahku, rumah123, lamudi, dan UrbanIndo. Rumahku hanya bekerjasama dengan KPR bank BTN, untuk rumah123, bekerjasama dengan Bank Mandiri, BNI, BRI, BCA, dan BTN. Kemudian, untuk Lamudi Indonesia, bekerjasama dengan Bank Mandiri dan KPR BCA. UrbanIndo, bekerjasama dengan DB, Maybank, Bank Muamalat, CIMB Niaga, BFI, dan Panin Bank. Kategori kecil selanjutnya ialah visa, master card, media transfer, doku dan virtual account. Pada rumah123, terdapat *payment* visa, kegunaan dari *payment* tersebut ialah sebagai media pembayaran dalam mengiklankan *property*, karena untuk memasang iklan di rumah123, membayar. Selanjutnya, di

UrbanIndo, terdapat visa, master card, media transfer, doku, dan virtual account. Kelima media pembayaran tersebut digunakan untuk melakukan pembayaran koin yang ada di UrbanIndo. Koin tersebut digunakan untuk mengubah akun yang pengguna punya menjadi akun premium. Kelebihan dari akun premium ialah mendapatkan fasilitas yang tidak dipunya di akun reguler. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas *platform online property* di Indonesia bekerjasama dengan bank, untuk memberikan kemudahan dalam pengajuan KPR.

Kategori yang kedua ialah media partner. Media partner dibagi menjadi dua, yaitu *online news* dan blog/artikel/jurnal. Dari hasil yang didapatkan, semua *platform* memiliki media partner sebagai media penyalur pengetahuan bagi penggunanya. Pada Tabel 6.3 merupakan hasil pemetaan *the partners*. Dapat disimpulkan bahwa seluruh *platform online property*, bekerjasama dengan *online news* dan menyediakan artikel/blog/jurnal. Hal tersebut dilakukan untuk memberikan pengetahuan bagi penggunanya.

Tabel 6.3 Hasil Pemetaan The Partners

Grouping		Platform					
Payment		<i>DotProperty</i>	<i>Rumah.com</i>	<i>Rumahku</i>	<i>Rumah123</i>	<i>Lamudi</i>	<i>UrbanIndo</i>
	KPR/Cicilan	-	-	KPR BTN	KPR Mandiri, KPR BNI, KPR BRI, KPR BCA, dan KPR BTN	KPR Mandiri dan KPR BCA	DBS, Maybank, Bank Muamalat, CIMB Niaga, BFI, Panin Dubai
	Visa	-	-	-	Ada	-	Ada
	Master Card	-	-	-	-	-	Ada
	Media Transfer	-	-	-	-	-	Ada
	Doku	-	-	-	-	-	Ada
	Virtual Account	-	-	-	-	-	Ada

<b>Media Partner</b>							
	Online News	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
	Blog/Jurnal/Artikel	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada

#### 6.4 Analisis The Peers

Berikut ini merupakan hasil dari analisis *peers*. *Peers* dibedakan menjadi dua, yaitu *peer producers* dan *peers consumers*. Untuk *peer producers*, muncul kategori seperti agen *corporate*, agen *non-corporate*, penyedia *property* reguler, dan penyedia *property* premium. Untuk *peers consumers* kategori yang muncul ialah pencari *property*/pembeli *property*. Pada Tabel 6.4 merupakan hasil pemetaan dari *the peers*.

Untuk *peer producer* terdapat dua kategori besar, yaitu agen *property* dan penyedia *property*. Kategori pertama ialah agen *corporate*. Agen *corporate* ini merupakan agen yang berasal dari sebuah perusahaan *property*, baik *developer* maupun perusahaan *property* biasa. Untuk kategori pertama ini, semua *platform* memiliki agen *corporate*. Untuk kategori kedua ialah agen *non-corporate*. Agen *non-corporate* ini merupakan agen resmi yang tidak bergabung pada sebuah perusahaan *property*. Selanjutnya ialah penyedia *property*. Penyedia *Property*, dibagi menjadi dua, yaitu penyedia *property* reguler dan penyedia *property* premium. Dapat disimpulkan bahwa semua *platform online property* di Indonesia memiliki *peer producers* yaitu agen *corporate*.

Untuk penyedia *property* reguler, merupakan seluruh pengguna yang ingin mengiklankan *property* yang dipunya, tanpa harus membayar(gratis). Sedangkan untuk penyedia *property premium*, diharuskan untuk membayar. Hal menarik yang didapatkan ialah rumah123 tidak menyediakan kedua penyedia *property* baik penyedia *property reguler* maupun penyedia *property premium*. Rumah123 hanya menyediakan agen *corporate* dan agen *non-corporate*. Hal ini mengindikasikan bahwa rumah123 hanya menyediakan agen *corporate* dan agen *non-corporate* yang memang sudah terpercaya.

Kemudian, kategori yang muncul pada *peers consumers* ialah pencari *property*. Pencari *property* disini ialah pengguna yang sedang mencari *property* dan pengguna yang berniat untuk

membeli *property*. Semua *platform* menyediakan *peers consumers* pencari *property*/pembeli *property*.

**Tabel 6.4 Hasil Pemetaan The Peers**

<b>Grouping</b>		<b>Platform</b>					
<b>Peer producers</b>		<b>Rumah123</b>	<b>Lamudi</b>	<b>dotProperty</b>	<b>UrbanIndo</b>	<b>Rumahku</b>	<b>Rumah.com</b>
	Agen Corporate	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
	Agen Non-Corporate	Ada	-	Ada	Ada	Ada	Ada
	Penyedia <i>Property</i> Reguler	-	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
	Penyedia <i>Property</i> Premium	-	-	-	Ada	Ada	Ada
<b>Peers Consumers</b>							
	Pencari <i>Property</i> /Pembeli <i>Property</i>	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada

## 6.5 Analisis Services

Berikut ini merupakan hasil analisis dan pembahasan dari *services* masing-masing *platform online property*. Pada *services* ini dibagi menjadi 3, yaitu *enabling services*, *empowering services*, dan *other services*.

### 6.5.1 Enabling Services

*Enabling Services* merupakan layanan yang berguna untuk membantu *partner* dalam menciptakan *value*, selain itu juga layanan yang diberikan *platform* untuk *partner* dan layanan yang diberikan *platform* untuk pengguna. Kategori pertama yang muncul dalam *enabling services* ialah **link langsung ke website partner**. Layanan ini diberikan untuk memudahkan pengguna apabila ingin mengunjungi *website partner*. *Platform* yang menyediakan *link* langsung ke *website partner* ialah rumah123, UrbanIndo, Lamudi Indonesia, rumahku dan rumah.com.

Kategori kedua yang muncul ialah **meyediakan situs property internasional**. Menyediakan situs *property* internasional ini, *platform* menyediakan *halam website* yang mengarah pada *website property* internasional. *Platform* yang menyediakan situs *property* internasional ialah rumah123, dotProperty, dan rumah.com. Pada sub-bab sebelumnya, telah dijelaskan bahwa ada beberapa *platform* yang berada dibawah naungan perusahaan luar negeri, dari semua *platform* tersebut, hanya Lamudi yang tidak menyediakan situs *property* internasional.

Kategori selanjutnya ialah **meyediakan servis relokasi**. Layanan ini ditujukan kepada pengguna atau siapa saja yang membutuhkan jasa pemindahan hunian. *Platform* yang menyediakan layanan ini hanya dotProperty. DotProperty menyediakan laman tersendiri untuk pengguna yang ingin menggunakan layanan relokasi ini. Pengguna dapat mendaftarkan dan berkonsultasi terlebih dahulu dengan spesialis relokasi.

Kategori selanjutnya ialah **pencantuman logo partner**. Logo partner dicantumkan di *website platform*. Selain menandakan bahwa *partner* tersebut sudah bekerja sama dengan *platform*, layanan ini juga sebagai media promosi bagi sebuah *partner*. *Platform* yang menyediakan layanan ini ialah UrbanIndo, Lamudi Indonesia, rumahku dan rumah.com

Layanan selanjutnya ialah **laman untuk partner**. Laman untuk *partner* ini merupakan layanan yang diberikan *platform* bagi *partner* berupa halaman untuk *partner*. Hal ini juga sebagai media promosi bagi *partner*. *Platform* yang menyediakan layanan laman untuk *partner* ini ialah UrbanIndo, lamudi Indonesia, rumahku, dan rumah.com. Tabel 6.5 merupakan hasil pemetaan *enabling services*. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas yang bergabung, mendapat layanan yaitu *link* langsung ke *website partner*.

**Tabel 6.5 Hasil Pemetaan Enabling Services**

Grouping		Platform					
Enabling Services		Rumah123	dotProperty	UrbanIndo	Lamudi	Rumahku	Rumah.com
	Link Langsung ke Website Partner	Ada	-	Ada	Ada	Ada	Ada
	Menyediakan Situs <i>property</i> internasional	Ada	Ada	-	-	-	Ada
	Menyediakan servis relokasi	-	Ada	-	-	-	-
	Pencantuman Logo Partner	-	-	Ada	Ada	Ada	Ada



	Laman untuk Partner	-	-	Ada	Ada	Ada	Ada
--	---------------------	---	---	-----	-----	-----	-----

### 6.5.2 *Empowering Services*

*Empowering Services* merupakan layanan yang berguna untuk membantu *producers* dalam memulai transaksi. Layanan ini juga dapat muncul pada *peers consumers*. Kategori pertama yang muncul ialah **daftar iklan *property***. Yang dimaksud dengan daftar iklan *property* ialah *peers producers* dapat melihat daftar *property* yang diiklankan. Dengan begitu *peers producers* dapat melihat dengan mudah *property* mana saja yang sudah terjual atau yang belum terjual. Semua *platform* yang menjadi objek pada penelitian ini, menyediakan layanan daftar iklan *property*.

Kategori kedua yang muncul ialah **kotak pesan**. Kotak pesan ini digunakan untuk *peers consumers* dan *peers producers* untuk berkomunikasi. Kotak pesan digunakan *peers consumers* untuk menanyakan mengenai *property* yang diinginkan, bertanya-tanya, dan lain-lain. Kotak pesan ini juga berguna untuk *peers producers* untuk mengetahui pesan-pesan yang dikirimkan oleh *peers consumers*. Seluruh *platform* yang menjadi objek pada penelitian ini menyediakan layanan kotak pesan.

Kategori yang selanjutnya muncul ialah **adanya *feedback***. *Feedback* ini dapat digunakan oleh *peers consumers* maupun *peers producers* untuk memberikan *feedback*, baik kritik maupun saran kepada *platform*. Hal ini bertujuan untuk memberikan dukungan yang membangun agar suatu *platform* dapat mengerti dan memahami kebutuhan pengguna. Layanan *feedback* ini dapat ditemukan diseluruh *platform* yang menjadi objek penelitian ini.

Kategori keempat yang muncul ialah **layanan *premium***. Layanan *premium* ini merupakan layanan yang diperuntukkan bagi *peers producers* atau *peers consumers* dalam perubahan

akun menjadi akun premium. Beberapa fasilitas yang diberikan dari akun premium ini bagi *peers producers* ialah, iklan *property* yang diiklankan akan berada pada kolom teratas. Selain itu, dengan menggunakan akun *premium*, *peers producers* juga dapat mempromosikan akun *profile* nya. Layanan premium ini ada pada *platform* rumah123, rumah.com, dan UrbanIndo.

Kategori berikutnya ialah **analysis iklan**. Analisis iklan ialah layanan yang diberikan *platform* bagi *peer producers*, untuk menganalisis hasil dari publikasi sebuah iklan *property*. Pada layanan analisis iklan *property* ini, *peer producers* dapat mengetahui jumlah pengunjung yang melihat *property* yang diiklankan. Selain itu *peer producers* juga dapat mengetahui pengunjung yang tertarik dengan *property* yang diiklankan. Layanan analisis iklan ini hanya terdapat pada *platform* rumahku, dotProperty, dan UrbanIndo.

Kategori selanjutnya ialah **indeks harga rumah**. Indeks harga rumah merupakan perhitungan rata-rata dari harga rumah di Indonesia dan berbagai kota di Indonesia. Indeks harga rumah ini dihitung dari harga iklan rumah pada sebuah kota di Indonesia dalam jangka waktu tertentu. [16] Manfaat dari adanya indeks harga rumah ini ialah, *peer producers* dapat memanfaatkan sebagai bahan pengetahuan dalam memasarkan *property* yang dikelola. Layanan indeks harga rumah ini hanya ada pada *platform* dotProperty dan UrbanIndo.

Layanan selanjutnya ialah **co-broking**. *Co-Broking* merupakan kesepakatan antara dua agen, perusahaan pialang atau individu untuk berbagi daftar *property* untuk keuntungan bersama. *Co-Broking Partnership* ini membantu mencocokkan pembeli dan *property* yang memberi eksposur lebih baik untuk penjualan yang lebih cepat[17] Layanan *co-broking* ini hanya disediakan oleh *platform* dotProperty.

Kategori berikutnya ialah **Profil Calon Pembeli Anda**. Layanan ini merupakan layanan yang ditujukan untuk *peer producers* yang ingin melihat *profile* dari calon pembeli yang

tertarik dengan *property* yang diiklankan oleh *peers producers*. Layanan ini hanya diberikan oleh *platform* UrbanIndo. Kategori berikutnya ialah koin premium, yang digunakan untuk mengubah *profile* dari pengguna untuk diubah menjadi premium. Layanan ini juga hanya disediakan oleh UrbanIndo. Tabel 6.6 merupakan hasil pemetaan *empowering services*. Dapat disimpulkan mayoritas layanan yang diberikan pada *peer producers* ialah daftar iklan *property*, kotak pesan, dan *feedback*

**Tabel 6.6 Hasil Pemetaan Empowering Services**

Grouping		Platform					
Empowering Services		Lamudi	Rumah123	Rumah.com	Rumahku	DotProperty	UrbanIndo
	Daftar Iklan <i>Property</i>	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
	Kotak Pesan	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
	Feedback	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
	Layanan Premium	-	Ada	Ada	-	-	Ada
	Analisis Iklan	-	-	-	Ada	Ada	Ada
	Indeks Harga Rumah	-	-	-	-	Ada	Ada
	Co-Broking	-	-	-	-	Ada	-
	Profil Calon	-	-	-	-	-	Ada

	Pembeli Anda						
	Koin Premium	-	-	-	-	-	Ada

### 6.5.3 *Other Services*

*Other Services* ialah layanan yang berguna untuk membantu *peer consumers* dalam memulai transaksi. Kategori pertama yang muncul ialah pencarian cepat. Pada pencarian cepat ini, ditujukan bagi *peer consumers* yang ingin mencari *property* dengan hanya memasukkan beberapa kata kunci. Layanan ini ada pada *platform* dotProperty, rumahku, rumah.com, Lamudi Indonesia, rumah123, dan UrbanIndo. Pada Tabel 6.7 merupakan hasil pemetaan *other services*.

Kategori berikutnya ialah favorit. Pada kategori ini, *peer consumers* dapat menyimpan *property* yang disukai atau dimintai dengan cara menandai *property* tersebut. Layanan ini akan memudahkan pengguna dalam mencari *property* apabila kembali ke suatu *platform*. Layanan favorit ini terdapat disemua *platform*, yaitu dotProperty, rumahku, rumah.com, Lamudi Indonesia, rumah123, dan UrbanIndo.

Kategori berikutnya ialah *history property*. Hampir mirip dengan layanan favorit, *history property* ini juga berguna untuk memudahkan *peer consumers* dalam mencari *property* yang sudah pernah dilihat. Dengan adanya layanan ini, *peer consumers* tidak sulit untuk menemukan *property* yang pernah dikunjungi. Layanan ini ada disemua *platform* yang menjadi objek pada penelitian ini.

Kategori yang muncul selanjutnya ialah kalkulator KPR/Simpanan KPR. Kalkulator KPR ini berguna bagi pengguna yang ingin mengajukan pinjaman kepada sebuah bank, untuk mendapatkan rumah yang diinginkan. Dengan

menggunakan kalkulator KPR ini, pengguna dapat menghitung angsuran yang harus dibayarkan apabila akan mengajukan KPR. Layanan ini tersedia pada seluruh *platform*, yaitu dotProperty, rumahku, rumah.com, Lamudi Indonesia, rumah123, dan UrbanIndo.

Kategori berikutnya ialah acara. Acara yang dimaksud ialah acara *property* seperti pameran atau acara lain mengenai *property*. Dengan adanya acara ini, menjadi media bagi *peer consumers* untuk mengetahui *property* terbaru dan juga pengembang *property*. Acara ini juga dimanfaatkan *peer producers* sebagai ajang promosi mengenai *property* yang diiklankan. *Platform* yang menyediakan layanan acara ini ialah dotProperty, rumah123, dan UrbanIndo.

Kategori berikutnya ialah *awards event*. *Awards event* merupakan sebuah acara yang ditujukan untuk pengembang *property* dan perusahaan *property*. Ajang ini bertujuan untuk memberikan penghargaan kepada *peer producers* dan juga memberikan pengetahuan bagi *peer consumers* mengenai pengembang *property* terbaik. Layanan ini, hanya ada pada *platform* dotProperty. Layanan ini juga sebagai media promosi bagi dotProperty, mengingat dotProperty merupakan *platform online property* yang paling muda dibandingkan dengan *platform* yang lain di penelitian ini.

Kategori berikutnya ialah blog/artikel. Blog/artikel ini menjadi media *platform* untuk memberikan nilai berupa pengetahuan kepada *peer consumers*. Melalui blog/artikel ini, *peer consumers* dapat mengetahui *tips and tricks*, berita, dan hal-hal baru mengenai *property*. Hal lain yang dibahas pada blog/artikel ini ialah ide dekorasi, investasi, hukum *property*, dan lain-lain. Seluruh *platform* pada penelitian ini memberikan layanan blog/artikel.

Kategori berikutnya ialah *feedback*. Sama seperti *feedback* yang ada di *empowering services*, *feedback* ini juga sarana untuk menyampaikan pendapat kepada suatu *platform*, dari sisi *peer*

*consumers*. Dengan adanya *feedback* ini, dapat digunakan untuk membangun *platform* sesuai dengan kebutuhan *peer consumers*. Layanan *feedback* ini ada diseluruh *platform* pada penelitian ini.

Kategori selanjutnya yang muncul ialah pengajuan *property* KPR. Pengajuan KPR *property* ini memberikan kemudahan bagi pengguna apabila tertarik dengan sistem KPR. Pengguna dapat dengan mudah mengajukan KPR melalui *platform* yang menyediakan layanan ini. Layanan KPR ini hanya ada pada *platform* rumahku, Lamudi Indonesia, rumah123, dan UrbanIndo.

Kategori berikutnya ialah panduan. Panduan ini berisi tata cara penggunaan *platform* sehingga memudahkan pengguna dalam menggunakan *platform*. Selain itu juga berisi fitur-fitur yang ada pada sebuah *platform*. Layanan ini, ada pada rumahku, rumah.com, Lamudi Indonesia, rumah123, dan UrbanIndo. Kategori selanjutnya ialah bantuan. Bantuan ini sebagai media *peers consumers* untuk bertanya apabila mengalami kesulitan. Dengan adanya layanan bantuan ini, *peers consumers* dapat menggunakan *platform* dengan mudah dan mendapat jawaban dengan cepat apabila mengajukan pertanyaan. Layanan ini ada pada *platform* rumahku, rumah.com, Lamudi Indonesia, rumah123, dan UrbanIndo.

Pada *other services* kategori selanjutnya yang muncul ialah cari melalui peta. Hal ini ditujukan untuk mempermudah *peer producers* apabila ingin mencari *property* dengan menggunakan peta. Pencarian dengan peta ini juga memudahkan *peer consumers* untuk mengetahui lingkungan sekitar lokasi *property* yang diminati. Layanan pencarian dengan peta ini hanya ada di rumah.com, rumah123, dan UrbanIndo.

Kategori selanjutnya ialah pencarian dengan iklan. Pencarian dengan iklan ini merupakan layanan yang ditujukan kepada

*peer consumers* dalam melakukan pencarian *property*. Pencarian *property* dilakukan dengan cara memasang iklan *property* seperti apa yang diinginkan. Dengan pemasangan iklan ini, akan memudahkan agen *property* dan penyedia *property* apabila terdapat *property* yang sesuai dengan iklan. Pencarian dengan iklan ini, hanya ada di rumah.com dan UrbanIndo.

Kategori berikutnya ialah analisis *property*. Analisis *property* ini merupakan layanan yang diberikan suatu *platform* untuk memperkaya informasi *peer producers* pada suatu iklan. Analisis *property* ini berisi *rating* wilayah, harga di sekitar, pergerakan harga, dan peta. *Rating* wilayah ini berisi lingkungan sekitar dari lokasi *property* seperti fasilitas sekolah, hiburan, serta akses transportasi yang merupakan nilai tambah dari tiap *property* yang diiklankan. Hal kedua yang ada pada analisis *property* ialah harga sekitar. Melalui harga sekitar ini, dapat menampilkan kisaran harga rata-rata dan median iklan *property* lain dalam radius 1kilometer dari *property* pilihan. Kemudian, pada analisis *property* juga terdapat pergerakan harga *property*. Pergerakan harga *property* ini dapat membantu *peer consumers* untuk memprediksi harga investasi *property* di masa yang akan datang. Layanan analisis *property* ini hanya terdapat pada *platform* UrbanIndo.

Kategori selanjutnya yang muncul ialah adanya komunitas. Komunitas ini merupakan komunitas penjual dan pembeli *property*. Hal ini memudahkan *peer consumers* bertemu dengan *peer producers*. Layanan ini hanya tersedia pada *platform* UrbanIndo.

Kategori berikutnya ialah FAQ (*Frequently Asked Question*) atau pertanyaan yang sering diajukan. Pada FAQ ini, memungkinkan *peer consumers* maupun *peer producers* mempelajari melalui isu-isu dan hasil pertanyaan yang sering diajukan. Pada dasarnya FAQ ini berisi pertanyaan-pertanyaan yang mendasar. Layanan FAQ ini ada pada *platform* rumahku,

rumah.com, UrbanIndo, Lamudi Indonesia, dan rumah123. Tabel 6.7 merupakan hasil pemetaan *other services*. Dapat disimpulkan bahwa layanan yang pasti ada disetiap *platform* ialah pencarian cepat, favorit, *history property*, dan kalkulator KPR. Selain itu juga terdapat blog/artikel, *feedback*, dan FAQ.

**Tabel 6.7 Hasil Pemetaan Other Services**

<b>Grouping</b>		<b>Platform</b>					
<b>Other Services</b>		<b>DotProperty</b>	<b>rumahku</b>	<b>Rumah.com</b>	<b>Lamudi</b>	<b>Rumah123</b>	<b>UrbanIndo</b>
	Pencarian Cepat	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
	Favorit	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
	History Property	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
	Kalkulator KPR/Simulasi KPR	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
	Acara	Ada	-	-	-	Ada	Ada
	Awards Events	Ada	-	-	-	-	-
	Blog/Artikel	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
	Feedback	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
	Pengajuan KPR Baru	-	Ada	-	Ada	Ada	Ada
	Panduan	-	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
	Bantuan	-	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
	Cari melalui Peta	-	-	Ada	-	Ada	Ada



	Pencarian dengan Iklan	-	-	Ada	-	-	Ada
	Analisis <i>Property</i>	-	-	-	-	-	Ada
	Komunitas	-	-	-	-	-	Ada
	FAQ	-	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada

## 6.6 Analisis The Transactions

yang telah dilakukan, terdapat 25 transaksi yang dapat dilakukan oleh *peers* maupun *partners*. Kategori yang Pada *the transactions* ini berisi aksi yang dilakukan antara *peers* maupun *partner* untuk mendapatkan *value*. Pada hasil *grouping* pertama ialah mengiklankan *property* secara gratis. Mengiklankan *property* secara gratis dapat dilakukan oleh pengguna tanpa dipungut biaya. Namun fasilitas yang didapatkan tidak sebanding dengan iklan yang berbayar. Mengiklankan *property* secara gratis ini dapat dilakukan pada *platform* rumah.com, Lamudi Indonesia, rumahku, dotProperty, dan UrbanIndo. Rumah123 tidak menyediakan layanan mengiklankan *property* secara gratis. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *property* yang ada pada rumah123 dapat dipercaya.

Kategori selanjutnya ialah berkomunikasi dengan calon pembeli. Berkomunikasi dengan calon pembeli ini merupakan transaksi yang dapat dilakukan oleh *peers producers*. Berkomunikasi dapat melalui kotak pesan. Transaksi ini dapat dilakukan pada semua *platform* yang menjadi objek pada penelitian ini.

Kategori selanjutnya ialah melihat *list property* yang diiklankan. Transaksi ini dapat dilakukan oleh *peers producers*. Dengan melakukan transaksi ini, akan memudahkan *peers producers* dalam mengetahui *property* mana yang sudah terjual maupun yang belum terjual. Semua *platform* yang menjadi objek penelitian ini dapat melakukan transaksi ini kecuali rumah123.

Transaksi selanjutnya ialah memberikan *feedback*. Transaksi ini dapat dilakukan oleh *peers producers* maupun *peers consumers*. Transaksi ini bertujuan untuk menjangkau aspirasi dari kedua *peers* untuk *platform*. Sehingga dari hasil aspirasi tersebut, dapat membangun *platform* menjadi *platform* yang sesuai dengan kebutuhan *peers*. Semua *platform* yang menjadi objek penelitian ini dapat melakukan transaksi ini.

Kategori transaksi selanjutnya yang muncul ialah mencari *property*. Transaksi ini dapat dilakukan oleh *peers consumers*. Semua *platform* dapat melakukan transaksi ini.

Kategori transaksi berikutnya yang muncul ialah menambah favorit. Transaksi ini dapat dilakukan oleh *peers consumers*. Dengan melakukan transaksi ini, *peers consumers* dapat dengan mudah menambahkan *property* yang diminati. Transaksi ini dapat dilakukan pada *platform* rumah.com, Lamudi Indonesia, rumahku, rumah123, dotProperty, dan UrbanIndo.

Kategori berikutnya ialah melihat *history property*. Pada *history property* ini merupakan transaksi yang dapat digunakan oleh *peers consumers*. Dengan melakukan transaksi ini, akan memudahkan pengguna dalam melihat kembali *property* yang pernah dilihat.

Transaksi selanjutnya yang muncul ialah berdiskusi dengan pengguna lain. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, bahwa sebuah *platform* memberikan layanan berupa blog/jurnal/artikel. Pada blog/jurnal/artikel tersebut, *peers consumers* maupun *peers producers* dapat berdiskusi dengan adanya kolom komentar di setiap blog/artikel/jurnal yang dipublikasikan. Transaksi ini hanya dapat dilakukan pada *platform* dotProperty, rumah.com, rumah123, dan UrbanIndo, dan rumah123.

Kategori transakis berikutnya yang muncul ialah mengajukan pertanyaan. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa *platform* menyediakan layanan bantuan untuk memudahkan pengguna apabila mengalami kesulitan. Transaksi ini dapat

dilakukan oleh semua *platform* yang menjadi objek pada penelitian ini.

Kategori berikutnya ialah melihat pertanyaan yang sering diajukan. Melihat pertanyaan yang sering diajukan ini merupakan layanan dari FAQ. *Platform* yang menyediakan transaksi ini ialah rumah.com, rumah123, UrbanIndo, rumahku, dan Lamudi Indonesia.

Transaksi berikutnya ialah membaca artikel *property*. Hal ini dapat dilakukan oleh *peers*. Dengan membaca artikel *property* akan menambah pengetahuan mengenai topik *property*. Transaksi ini dapat dilakukan pada *platform* UrbanIndo, Lamudi Indonesia, rumahku, rumah.com, rumahku, dan dotProperty. Transaksi ini berkaitan dengan layanan yang diberikan *platform* yaitu artikel/blog/jurnal. Berkaitan dengan layanan artikel/blog/jurnal yang diberikan oleh platform, juga berhubungan dengan transaksi selanjutnya. Transaksi selanjutnya ialah mengetahui *tips and tricks* melalui layanan blog/jurnal/artikel. Transaksi ini dapat dilakukan pada Lamudi Indonesia, rumahku, rumah123, dotProperty, dan UrbanIndo.

Kategori berikutnya ialah mengajukan KPR. Transaksi ini dapat dilakukan *peers consumers* jika ingin membeli *property* dengan cara pengajuan KPR. Transaksi ini hanya ada pada *platform* Lamudi Indonesia, rumahku, rumah123, dan UrbanIndo.

Transaksi yang muncul berikutnya ialah menghitung KPR. Transaksi ini dapat dilakukan oleh *peers consumers*. Dengan adanya transaksi ini, *peers consumers* dapat menghitung angsuran yang dibayarkan sesuai dengan DP yang dimiliki, cicilan yang diambil, dan bunga yang diajukan oleh bank. Transaksi ini dapat dilakukan pada *platform* Lamudi Indonesia, rumahku, rumah123, dan UrbanIndo.

Transaksi berikutnya ialah mengevaluasi iklan. Mengevaluasi iklan yang dimaksud ialah mengevaluasi *property* yang telah diiklankan. Dengan adanya transaksi ini, akan memudahkan *peers producers* dalam mengelola *property* yang diiklankan.

Transaksi ini dapat dilakkan ada *platform* rumahku, *dotProperty*, dan *UrbanIndo*.

Transaksi selanjutnya ialah mengetahui acara tentang *property*. Dengan mengetahui acara tentang *property*, *peers consumers* akan dengan mudah mengetahui dan menambah pengetahuan tentang *property*. Acara ini dapat berupa seminar maupun pameran *property*. Transaksi ini dapat dilakukan pada *platform* rumahku, rumah123, *dotProperty*, dan *UrbanIndo*.

Transaksi berikutnya ialah membandingkan antar dua *property* atau lebih. Transaksi ini dapat dilakukan oleh *peers consumers*, apabila mendapati *property* yang sesuai dengan keinginan ada dua atau lebih *property*. *Peers consumers* dapat membandingkan mulai dari harga, fasilitas, lingkungan sekitar, dan lain-lain. Transaksi ini hanya dapat dilakukan pada *platform* rumah123 saja.

Kategori transaksi selanjutnya yang muncul ialah mudah dalam mencari *property* internasional. Hal ini berkaitan dengan *platform* yang kepemilikan perusahaan luar negeri. Mudah dalam mencari *property* internasional ini memudahkan *peer consumers* yang tertarik untuk membeli *property* yang ada diluar negeri. *Property* yang kepemilikan perusahaan luar negeri ialah Lamudi Indonesia, rumah.com, rumah123, dan *dotProperty*. Lamudi Indonesia ialah satu-satunya *platform* yang ada kepemilikan perusahaan luar negeri, namun tidak menyediakan situ *property* internasional. Sehingga transaksi ini, hanya ada pada rumah.com, rumah123, *dotProperty*.

Kategori yang muncul selanjutnya ialah mempromosikan *profile*. Hal ini dapat dilakukan oleh *peers* untuk mempromosikan *profile* sehingga pengguna lain dapat dengan mudah mencari dan melihat *profile* dan *property* yang ditawarkan. Transaksi ini dapat dilakukan pada rumah123, *dotProperty*, dan *UrbanIndo*. Ketiga *platform* tersebut menyediakan layanan premium.

Transaksi berikutnya ialah mengetahui indeks harga rumah. Transaksi ini dapat dilakukan oleh *peers*, baik *peers producers* maupu *peers consumers*. Sehingga memudahkan *peers* untuk melihat dan mengelola *platform* yang dikelola atau yang diinginkan. Transaksi ini dapat dilakukan oleh *platform dotProperty* dan UrbanIndo.

Kategori transaksi selanjutnya yang muncul ialah membuat *partnership co-broking*. Transaksi ini memudahkan *peers* untuk saling menjualkan *property* yang dipunya. Transaksi ini hanya dapat digunakan *platform dotProperty*.

Transaksi berikutnya ialah melihat profil calon pembeli. Hal ini dapat dilakukan oleh *peers producers* untuk mengetahui siapakah calon pembeli yang tertarik dengan *property* yang ditawarkan. Kemudian, transaksi lain yang muncul ialah menganalisis *property*. Hal ini dapat dilakukan oleh *peers* untuk mengetahui dan menganalisis *property* yang dikelola atau yang diinginkan. Transaksi terakhir yang muncul ialah membeli koin. Transaksi ini dapat dilakukan untuk mengubah akun menjadi akun *premium*. Ketiga transaksi terkahir ini hanya dapat dilakukan pada *platform* UrbanIndo. Pada Tabel 6.8 merupakan hasil pemetaan *the transactions*.

**Tabel 6.8 Hasil Pemetaan The Transaction**

Grouping	Platform					
	Rumah.com	Lamudi	Rumahku	Rumah123	DotProperty	UrbanIndo
Mengiklankan <i>property</i> secara gratis	Ada	Ada	Ada	-	Ada	Ada
Berkomunikasi dengan Calon Pembeli	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada

Melihat list <i>property</i> yang diiklankan	Ada	Ada	Ada	-	Ada	Ada
Memberikan Feedback	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
Mencari <i>Property</i>	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
Menambah Favorite	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
Melihat History <i>Property</i>	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
Berdiskusi dengan pengguna lain	Ada	-	-	Ada	Ada	Ada
Mengajukan pertanyaan	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
Melihat Pertanyaan yang sering diajukan	Ada	Ada	Ada	Ada	-	Ada
Membaca Artikel <i>Property</i>	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
Mencari tahu tentang <i>property</i> terkini	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada	-
Mengajukan segala macam KPR	-	Ada	Ada	Ada	-	Ada
Menghitung angsuran KPR	-	Ada	Ada	Ada	-	Ada
Mengetahui tips and trick	-	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
Mengevaluasi Iklan	-	-	Ada	-	Ada	Ada
Mengetahui Acara tentang <i>Property</i>	-	-	Ada	Ada	Ada	Ada

Membandingkan antar dua atau lebih <i>property</i>	-	-	-	Ada	-	-
Mudah dalam mencari <i>property</i> internasional	Ada	-	-	Ada	Ada	-
Mempromosikan Profil	-	-	-	Ada	Ada	Ada
Mengetahui Indeks Harga Rumah	-	-	-	-	Ada	Ada
Membuat Partnership Co-Broking	-	-	-	-	Ada	-
Melihat Profil Calon Pembeli	-	-	-	-	-	Ada
Menganalisis <i>Property</i>	-	-	-	-	-	Ada
Membeli Koin	-	-	-	-	-	Ada

## 6.7 Analisis Channel and Context

Pada *Channel and Context* ini merupakan tempat dan bagaimana pertukaran *value* dilakukan dan merupakan kunci dimana *value* akan terbentuk. Pada *channel and context* ini terdapat 6 kategori yang muncul. Kategori pertama ialah *website*. *Website* ini merupakan tempat dimana pertukaran *value* terjadi. Semua *platform* yang menjadi objek pada penelitian ini menyediakan *website* sebagai tempat pertukaran *value*.

Kategori selanjutnya ialah kotak pesan. Kotak pesan merupakan tempat dimana pertukaran *value* terjadi antara *peer producers* dengan *peer consumers*. Kategori kotak pesan ini juga tersedia diseluruh *platform* yang ada pada penelitian ini.

Kategori berikutnya yang muncul ialah *mobile application*. Dengan adanya *mobile application* ini memudahkan pengguna untuk dapat menggunakan dan mengakses *platform* dimana pun dan kapanpun. Hal ini dapat disimpulkan, karena pengguna *mobile phone* yang semakin marak di Indonesia. *Platform* yang menyediakan *mobile application* hanya ada pada rumah123, rumah.com, UrbanIndo, Lamudi Indonesia, dan dotProperty.

*Channel and Context* berikutnya ialah *dashboard*. Penggunaan *dashboard* ini sangat penting bagi pengguna *platform*. Dengan adanya *dashboard* memudahkan pengguna untuk melihat dan mengelola akun yang dipunya. *Platform* yang menyediakan *dashboard* bagi pengguna nya ialah rumahku, rumah.com, UrbanIndo, Lamudi Indonesia, dan dotProperty.

Kategori berikutnya yang muncul ialah *live chat*. Penggunaan *live chat* ini berhubungan dengan layanan bantuan yang ada pada *other services*. *Live chat* ini merupakan media tempat terjadi nya transaksi dan layanan bantuan. *Live chat* ini hanya ada pada *platform* UrbanIndo, Lamudi Indonesia, dan dotProperty.

Kategori yang muncul terakhir ialah majalah. Berkaitan dengan adanya transaksi mudah mendapatkan *tips and tricks*, majalah ini merupakan wadah terjadi nya transaksi tersebut. Majalah ini hanya 2 *platform* yang menyediakan, yaitu Lamudi Indonesia dan dotProperty. Nama majalah dotProperty ialah dotProperty, sedangkan Lamudi Indonesia bernama PropertyNow. Hasil seluruh pemetaan *Channel and Context* dapat dilihat pada Tabel 6.9.



Tabel 6.9 Hasil Pemetaan Channel and Context

Grouping	Platform					
	Rumahku	Rumah123	Rumah.com	UrbanIndo	Lamudi	dotProperty
Website	Rumahku.com	Rumah123.com	Rumah.com	UrbanIndo.com	Lamudi.co.id	DotProperty.id
Kotak Pesan	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
Mobile Application	-	Google Aps and Play Store	Google Aps and Play Store	Google Aps and Play Store	-	Google Aps and Play Store
Dashboard	Ada	-	Ada	Ada	Ada	Ada
Live Chat	-	-	-	Ada	Ada	Ada
Majalah	-	-	-	-	PropertyNow	dotProperty

## 6.8 Analisis Infrastructure and Core Component

*Infrastructure and Core Component* merupakan aset yang dimiliki dan dikontrol oleh *platform owners*. Pada hasil pemetaan *infrastructure and core component* yang telah dilakukan terdapat tiga kategori yang muncul. Aset pertama yang dikelola oleh *owners* ialah *mobile application*. *Platform* yang menyediakan *mobile application* ialah rumah123, rumah.com, UrbanIndo, dan dotProperty.

Kategori kedua yang muncul pada *infrastructure* dan *core component* ialah *website*. Semua *platform* yang ada pada penelitian ini mempunyai *website* yang dikelola dan dikembangkan. Kategori ketiga yang muncul ialah kantor fisik. Seluruh *platform* yang ada di penelitian ini memiliki kantor fisik di Jakarta. Namun, untuk UrbanIndo memiliki kantor fisik yang ada di Bandung. Hasil pemetaan dapat dilihat pada Tabel 6.10.

**Tabel 6.10 Hasil Pemetaan Infrastructure and Core Component**

<b>Grouping</b>	<b>Platform</b>					
	<b>Rumah123</b>	<b>Rumah.com</b>	<b>UrbanIndo</b>	<b>dotProperty</b>	<b>Rumaku</b>	<b>Lamudi</b>
Mobile Application	Google Aps and Play Store	Google Aps and Play Store	Google Aps and Play Store	Google Aps and Play Store	-	-
Website	Rumah123.com	Rumah.com	Urbanindo.com	Dotproperty.id	Rumahku.com	Lamudi.co.id
Kantor Fisik	Jakarta	Jakarta	Bandung	Jakarta	Jakarta	Jakarta

## 6.9 Analisis Value Proposition

*Value Proposition* merupakan kegiatan yang dilakukan oleh *platform* kepada seluruh target *peersnya*. *Value proposition* ini dibagi menjadi dua yaitu *core value proposition* dan *ancillary value proposition*.

### 6.9.1 Analisis Core Value Proposition

*Core Value proposition* merupakan layanan utama yang diberikan oleh *platform* ditujukan untuk *peers consumersnya*. Pada hasil *grouping* yang didapatkan, ditemukan bahwa *tagline* ada pada semua *platform*. Untuk itu, analisis *core value proposition* ini akan diturunkan melalui *tagline*. Hasil dari pemetaan *tagline* setiap *platform* dapat dilihat pada Tabel 6.11.

Pada *tagline* pertama yang ada pada UrbanIndo, yaitu “Menemukan *property* idaman anda adalah kebanggaan kami”. Dari *tagline* tersebut dapat diturunkan bahwa *core value* yang ingin diberikan UrbanIndo ialah pengguna dapat menemukan *property* yang memang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pengguna.

*Tagline* kedua ada pada Lamudi Indonesia, yaitu “Temukan *property* terbaru, kapan saja, dimana saja!” Dari *tagline* tersebut, dapat diturunkan bahwa Lamudi Indonesia ingin memberikan daftar *property* terbaru. Selain itu, pengguna Lamudi Indonesia juga diharapkan dapat mengakses Lamudi Indonesia ini dimana saja dan kapan saja. Hal tersebut dibuktikan Lamudi Indonesia dengan menyediakan *mobile application* yang dapat diunduh pada *Google Play Store* dan *Apps Store*.

Tabel 6.11 Hasil Pemetaan Core Value Proposition

Grouping	Platform					
	UrbanIndo	Lamudi	Rumahku.com	dotProperty	Rumah123	Rumah.com
Tagline	Menemukan Properti Idaman anda adalah kebanggaan kami	Temukan properti terbaru, kapan saja, dimana saja!	Kami dapat membantu memasarkan properti anda dengan akurat dan tepat sasaran	GO online. Cari Properti dijual atau disewa di Indonesia	situs properti nomor 1 di Indonesia	Situs properti terdepan di Indoesia

*Tagline* selanjutnya yaitu ada pada *platform* rumahku. Rumahku, memiliki *tagline* “Kami dapat membantu memasarkan *property* anda dengan akurat dan tepat sasaran” Dari *tagline* tersebut, dapat diturunkan bahwa rumahku ini berfokus pada *peers producers* yang berperan sebagai penyedia *property*. Rumahku ingin memberikan nilai pada *peers producers* bahwa dapat memasarkan *property* dengan akurat dan tepat sasaran.

*Platform* berikutnya ialah dotProperty. DotProperty memiliki *tagline* yaitu “Go Online. Cari *property* dijual atau disewa di Indonesia” Dari *tagline* tersebut, dapat diturunkan, bahwa dotProperty mengajak untuk mencari *property* secara *online*. Sehingga *core value* dari dotProperty ialah mengajak *peers consumers* untuk mencari *property* Indonesia melalui *online*.

*Platform* berikutnya ialah rumah123. *Tagline* dari rumah123 ini ialah “Situs *property* nomor 1 di Indonesia” Dari *tagline* tersebut dapat diturunkan rumah123 menekankan bahwa, *platform* inilah yang menjadi situs nomor 1 di Indonesia.

*Platform* terakhir ialah rumah.com. Rumah.com memiliki *tagline* yaitu “Situs *property* terdepan di Indonesia”. Dari *tagline* tersebut, menandakan bahwa rumah.com fokus menjadi situs *property* yang paling terdepan di Indonesia.

#### 6.9.2 Analisis Ancillary Value Proposition

*Ancillary Value Proposition* merupakan layanan penunjang yang diberikan pada *peers*. Dari hasil yang ditemukan, tidak semua *platform* memberikan nilai tambahan ini. Pada Tabel 6.12 merupakan hasil *ancillary value proposition* yang ditemukan.

**Tabel 6.12 Hasil Pemetaan Ancillary Value Proposition**

<i>Ancillary Value Proposition</i>	<i>Platform</i>	Deskripsi
Kredit Multiguna	UrbanIndo	Pinjaman berupa dana tunai dari bank dengan menjaminkan sertifikat

		rumah. Nominal pinjaman disesuaikan dengan taksiran nilai sertifikat yang dijaminkan
<i>Analisis Property</i>	UrbanIndo	Merupakan layanan yang diberikan suatu <i>platform</i> untuk memperkaya informasi <i>peer producers</i> pada suatu iklan.
<i>Awards Event</i>	DotProperty	merupakan sebuah acara yang ditujukan untuk pengembang <i>property</i> dan perusahaan <i>property</i> .
<i>Whitepaper / Laporan</i>	Lamudi	Merupakan layanan yang diberikan <i>platform</i> bagi penggunanya berupa pengetahuan mengenai perkembangan <i>property</i> di Indonesia
Majalah <i>property</i>	Lamudi dan dotProperty	Merupakan layanan yang diberikan <i>platform</i> untuk memberikan pengetahuan kepada penggunanya. Majalah berisi berita <i>property</i> , investasi, hingga <i>tips and trick</i>

Pada *platform* UrbanIndo, terdapat *ancillary value* proposition yang diberikan kepada penggunanya. Layanan tambahan yang pertama ialah kredit multiguna. Kredit multiguna merupakan pinjaman berupa uang tunai yang dengan jaminan sertifikat. Layanan tambahan ini dapat digunakan pengguna untuk mendapatkan dana cair tanpa harus menjual aset. Selain itu pengguna juga mendapatkan dana cair dalam jumlah banyak. Layanan tambahan berikutnya ialah analisis *property*. Pada analisis *property* ini memberikan informasi tambahan mengenai suatu *property* yang dimintai dan disukai oleh pengguna.

Layanan ini berupa informasi mengenai lingkungan sekitar yang ada pada suatu *property*. Dengan adanya *analysis property* ini akan memudahkan pengguna dalam mengenali lingkungan *property* yang diminati. Pengguna tidak perlu untuk menanyakan secara langsung dan tidak perlu untuk *survey* secara langsung apabila ingin mengetahui lingkungan sekitar.

*Ancillary value proposition* yang selanjutnya ialah Majalah *property*. Majalah *property* ini ada pada *platform* Lamudi dan *dotProperty*. Layanan tambahan ini merupakan layanan yang diberikan *platform* untuk memberikan pengetahuan mengenai *property*. Majalah ini berisi berita *property* masa kini, investasi *property*, perkembangan *property* dan *tips and trick*. Majalah *property* ini merupakan sesuatu yang baru. Belum ada *platform* lain selain Lamudi dan *dotProperty* yang menyediakan layanan ini.

Layanan tambahan selanjutnya ialah *whitepaper/Laporan* yang ada pada Lamudi. Layanan ini diberikan *platform* bagi penggunaanya berupa pengetahuan mengenai perkembangan *property* di Indonesia. Selain itu juga berisi pengetahuan mengenai investasi *property* pada suatu daerah tertentu.

Layanan tambahan berikutnya yang muncul ialah *award events* yang ada pada *dotProperty*. Melalui *awards events* ini, pengembang *property* atau perusahaan *property* dapat berlomba-lomba untuk menjadi yang terbaik. Selain itu, *award events* ini menjadi ajang bagi perusahaan *property* atau pengembang *property* untuk melakukan promosi. Melalui *awards events* ini, juga menjadi ajang bagi *dotProperty* untuk melakukan promosi, mengingat bahwa *dotProperty* ini merupakan *platform* paling muda yang beroperasi di Indonesia.



## BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian. Selain itu, juga akan dipaparkan mengenai saran yang bermanfaat untuk perbaikan pada penelitian selanjutnya.

### 7.1 Kesimpulan

Dari penelitian ini dihasilkan sebuah peta besar yang berisi *platform online property* beserta dengan model bisnis dari kategori yang ada pada *platform design toolkit*. Pemetaan tersebut diambil kesimpulan, dan akan dibahas pada bab ini.

Dari hasil yang didapatkan, dapat

1. Dapat disimpulkan bahwa model bisnis *platform online property* di Indonesia dilihat dari sudut pandang jenis perusahaan, mayoritas berjenis Perseroan Terbatas. Hal tersebut menunjukkan bahwa *platform online property* di Indonesia telah terdaftar pada Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia.
2. Model bisnis *platform online property* di Indonesia dilihat dari *perspektif stakeholder* yaitu berupa investor, mayoritas bersifat tertutup. Hal ini menunjukkan bahwa *platform online property* di Indonesia tidak mempublikasikan investornya.
3. Model bisnis *platform online property* di Indonesia dilihat dari kemudahan akses untuk pengguna, hampir seluruh *platform* telah menyediakan *mobile application* bagi penggunanya. Hal ini akan memudahkan pengguna dalam mengakses *platform online property*.
4. Model bisnis *platform online property* di Indonesia dilihat dari kepemilikan perusahaan, mayoritas dimiliki oleh perusahaan luar negeri. Namun, hal ini tidak menunjukkan bahwa setiap *platform* menyediakan situs *platform* luar negeri.
5. Orientasi dari *platform online property* di Indonesia terdapat dua orientasi, yaitu untuk pencari *property* dan penyedia *property*. Terdapat satu *platform online*

*property* yang model bisnis nya hanya menyediakan untuk penyedia *property*.

## 7.2 Saran

Dari penelitian ini dapat diberikan saran untuk perbaikan penelitian selanjutnya, antara lain :

1. Membuat penelitian mengenai kepuasan penyedia *property* dan pencari *property* kemudian dibandingkan dengan aspek startegi yang diterapkan
2. Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Terhadap Penggunaan *Mobile Application Platform Online Property*
3. Analsisi Banyaknya Layanan *Platform Online Property* Terhadap Kepuasan Pelanggan

Analisa tingkat kepuasan pengguna terhadap layanan yang telah diberikan pada setiap *platform online property*.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] B. Koordinasi, P. Modal, and R. Indonesia, “Realisasi Penanaman Modal Pmdn - Pma,” no. April, 2016.
- [2] C. Quarterly, “Jakarta *property* market report,” no. April, 2017.
- [3] S. Kemps, “Digital In 2017 : Global Overview,” *We Are Social*, 2017. [Online]. Available: <https://wearesocial.com/sg/blog/2017/01/digital-in-2017-global-overview>. [Accessed: 26-Sep-2017].
- [4] J. A. Robert and T. Anthony M, “Real Estate Transactions, the Internet and Personal Jurisdiction,” in *Real Estate Transactions, the Internet and Personal Jurisdiction*, 2002, pp. 22–44.
- [5] F. Jallat, “Reframing Business: When the Map Changes the Landscape” Richard Normann. *Reframing Business: When the Map Changes the Landscape* . Chichester: John Wiley & Sons 2001. 336 pp., ISBN: 0-471-48557-8,” *Int. J. Serv. Ind. Manag.*, vol. 15, no. 1, pp. 122–125, Feb. 2004.
- [6] S. Hu and Q. Li, “Modeling and simulating a smart information-based real estate online platform,” *Procedia Comput. Sci.*, vol. 111, no. 2015, pp. 339–347, 2017.
- [7] D. Grant and E. Cherif, “E-Business Analysis of Real Estate Companies,” *Proc. 2013 Int. Conf. Technol. Innov. Ind. Manag.*, pp. 245–256, 2013.
- [8] S. Cicero, *The User Guide : Platform Design Toolkit*. 2009.
- [9] T. L. E. Praja, *Analisis Perbandingan Model Bisnis Platform Indonesia Dengan Menggunakan Platform Design Toolkit Analyzing Business Models of Crowdfunding Platform in Indonesia Using Platform Design Model Platform Indonesia*. 2017.

- [10] E. Cherif and D. Grant, "Analysis of e-business models in real estate," *Electron. Commer. Res.*, vol. 14, no. 1, pp. 25–50, 2014.
- [11] M. Boncheck and S. Paul Choudary, "Three Elements of a Successful Platform Strategy," 2013. [Online]. Available: <https://hbr.org/2013/01/three-elements-of-a-successful-platform>. [Accessed: 26-Sep-2017].
- [12] J. Hagel, "Edge Perspectives with John Hagel: Platforms Are Not Created Equal: Harnessing the Full Potential of Platforms," 2014. [Online]. Available: [http://edgeperspectives.typepad.com/edge\\_perspectives%0A/2014/08/platforms-are-not-created-equal-harnessing-the-full-potential-of-platforms.html](http://edgeperspectives.typepad.com/edge_perspectives%0A/2014/08/platforms-are-not-created-equal-harnessing-the-full-potential-of-platforms.html). [Accessed: 27-Sep-2017].
- [13] M. W. Hidayat, "Rumah.com Akuisisi rumahdijual.com, Posisi kedua nya makin mantap," *tekno.liputan6.com*, 2015.
- [14] Rumah123, "Tentang Kami," *rumah123.com*. [Online]. Available: <https://www.rumah123.com/tentang-kami-id.html>.
- [15] "dot *Property* Awards," 2017. [Online]. Available: <http://www.dotpropertyawards.com/#awards-by-country>.
- [16] UrbanIndo, "Indeks Harga Rumah," 2017. [Online]. Available: <https://www.urbanindo.com/hpi>.
- [17] dotProperty, "Co-Broking," *dotProperty*, 2017. [Online]. Available: <https://www.dotproperty.id/dashboard/groups>.

## BIODATA PENULIS

Penulis bernama lengkap Nuzulia Rachma Permata Sari, dengan panggilan Lia. Penulis yang memiliki membaca ini dilahirkan di Surakarta, 24 Oktober 1995. Penulis telah menempuh pendidikan formal di SD Muhammadiyah 1 Surakarta, SMPN 1 Surakarta, SMAN 4 Surakarta, dan masuk ke perguruan tinggi Institut Teknologi Sepuluh Nopember Departemen Sistem Informasi pada tahun 2014. Dalam kegiatan kepanitiannya, peneliti sudah pernah menjadi *Trainer Assistant* lalu *Trainer* dalam pelatihan *Microsoft Office* yang diadakan oleh Direktorat Sumber Daya Manusia ITS. Dalam skala nasional peneliti sudah pernah menjadi panitia dalam SESINDO 2015 dan acara internasional ISICO 2017. Dan dalam masa perkuliahan peneliti sudah tersertifikasi *Open Source Adoption Examination*, *SAP*, *Internet and Computing Core Certification* (IC3) dan *Microsoft Office Specialist* (MOS).